



UNR Universidad
Nacional de Rosario



FACULTAD DE CIENCIA POLITICA
Y RELACIONES INTERNACIONALES
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

Universidad Nacional de Rosario

Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales

Escuela de Comunicación Social

**“¿Está muriendo la televisión? Usos y significados de
las tecnologías audiovisuales en los hogares y más
allá”.**

Tesina de grado

Tesista: Lucía Fernández Mora

Dirección: Hugo Berti

2019

Resumen

El siguiente trabajo de investigación tiene como fin analizar el estado actual de la televisión tradicional. Durante el siglo XX, la misma fue considerada como el medio de comunicación de masas por excelencia; pero en este nuevo siglo que estamos atravesando, con la llegada de internet e innovadoras tecnologías las reglas del ecosistema mediático parecen haber mutado.

Por lo tanto, para comprobar cuál es el rol que juega la televisión programada en la actualidad, se estudiaron los hábitos de usos y consumos de las tecnologías audiovisuales en un contexto de familias de clase media de la ciudad de Rosario tanto dentro como fuera de sus hogares.

Agradecimientos

A mis padres, Pamela y Víctor por su incondicionalidad, por darme la posibilidad de estudiar, por enseñarme los verdaderos valores de la vida y ayudarme a enfrentar uno de los momentos más duros de mi vida.

A Delfi, por saber entenderme y ceder en los momentos que más necesite.

A mis amigos que me dio esta carrera, por estar a mi lado todos estos años. Mi paso por la facultad no hubiera sido lo mismo sin ustedes.

A la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales y a todos sus profesionales que me formaron para ser la profesional que soy hoy.

A Hugo, por su generosidad y dedicación para guiar mi tesina desde el primer día.

ÍNDICE

Capítulo 1 – Introducción y objetivos de la investigación.....	6
Capítulo 2 - Historia de la televisión y las nuevas pantallas // Evolución tecnológica en la circulación de contenidos audiovisuales.....	10
2.1 Orígenes de la televisión.....	10
2.2 El desembarco de la televisión en Argentina.....	11
2.3 Rosario: sus comienzos televisivos.....	17
2.4 La consolidación de la televisión por cable.....	18
2.5 Crisis del broadcasting.....	22
2.6 Digitalización, Internet, y You tube.....	23
2.7 El streaming, Netflix y la nueva televisión “a la carta”.....	28

Capítulo 3 – El debate sobre el fin de la televisión.....32

3.1 Carlón: “Si hay una televisión que va a morir es la del grabado”.....
.....32

3.2. Verón: “El interpretante se instala progresivamente como
dominante”.....3
4

3.3 Scolari: “La televisión sigue viva pero no es la misma de antes”.....
.....35

3.4 Otras perspectivas sobre el fin de la televisión.....
.....37_

Capítulo 4 – Usos de las tecnologías en la vida cotidiana.....40

4.1 Domesticación de las tecnologías.....
40

4.2 La doble articulación de las tecnologías de la comunicación.....
.....41

4.3 Domesticación de las tecnologías móviles.....
....42

4.4 Un nuevo ecosistema de medios.....44

4.5 Cultura de la convergencia.....
45

4.6 Ubicuidad de la televisión.....
.....49

Capítulo 5 – Metodología de la investigación.....53

Capítulo 6 –

Análisis.....58

6.1 Hábitos de consumo de contenidos audiovisuales en el ámbito del hogar.....
58

6.2 La “televisión” sale del hogar.....
.....67

6.3 Los contenidos que se miran en las diversas pantallas.....
69

6.4 Cambios en los significados de la televisión a través del tiempo.....75

Capítulo 7 – Conclusiones.....	80
7.1 La televisión como compañía.....	82
7.2 Internet y la televisión a la carta.....	83
7.3 Decires sobre lo consumido.....	83_
7.4 Directo vs grabado.....	85
7.5 Las nuevas generaciones y YouTube.....	86
7.6 El cambio de la televisión ante la llegada de las nuevas tecnologías al ecosistema mediático, ¿llegó a su fin?.....	86
7.7 Pantallas everywhere.....	87
7.8 La televisión programada sigue viva.....	88

8.

Bibliografía.....90

9. *Anexo.....*

97

9.1 Fichas de las familias observadas.....
.....97

*9.2 Informe de observaciones de las familias seleccionadas en relación a los usos
y consumos de contenidos audiovisuales a través de diferentes tecnologías en el
hogar.....*
.....108

9.3 Entrevistas biográficas a integrantes de las familias observadas.....
.....134

Capítulo 1 – Introducción y objetivos de la investigación

En la década del 80, investigadores provenientes de la rama de los estudios culturales comenzaron a indagar sobre el impacto ideológico de los productos televisivos, el comportamiento de las audiencias, y la experiencia de las mismas al mirar televisión. A partir de aquí, se abrió camino hacia

un análisis de enfoque etnográfico para dar cuenta como se integraba la televisión a las rutinas cotidianas de sus consumidores.

A comienzos de los '90, Silverstone y Morley ponen el foco en describir los modos complejos que trae aparejados la actividad de “mirar televisión”. La misma se encuentra encastrada en una esfera compleja de prácticas cotidianas, y es ella constitutiva de esas prácticas.

Para estos autores, la forma más adecuada para estudiar los modos de ver televisión y desde qué pantalla se realiza es bajo las estructuras y dinámicas de la vida cotidiana de los usuarios. Es necesario investigar las maneras específicas en que ciertas tecnologías de comunicación adquieren diversos sentidos y son utilizadas de múltiples formas, con propósitos de diferente índole y por personas que provienen de hogares diversos.

La televisión es el medio de comunicación de masas por excelencia del siglo XX. Pero desde sus comienzos, los usos que las audiencias han hecho de ella han ido tomando nuevos significados a la par de las transformaciones tecnológicas, y la aparición de World Wide Web.

Actualmente, nos encontramos en un momento en el que la televisión programada tradicional se encuentra en convivencia con nuevas plataformas que permiten también el consumo de contenidos audiovisuales.

En los años 80, la TV por cable amplió las posibilidades de elección de textos audiovisuales multiplicando la oferta con canales temáticos. El cable produjo cambios en las prácticas y hábitos de consumo de la televisión que aún hoy se pueden ver. La aparición de la videocasetera, durante ese período, permitió grabar contenidos y diferir el consumo, desafiando a la arbitrariedad de los programadores, así como también el alquiler de cintas en los videoclubes. Hoy en día, inmersos en la era digital que trajo consigo una multiplicación de pantallas portátiles y la circulación de innumerables contenidos en la web deriva en nuevos modos de uso de las tecnologías audiovisuales.

El poder que tomaron en los últimos años las nuevas tecnologías y el surgimiento de innovadores modos de consumo de contenidos audiovisuales, hace que muchos se pregunten cuál será el destino de la televisión tradicional y pronostican diferentes escenarios para esta.

En un principio, los estudios de consumos audiovisuales se enfocaron en tecnologías que solo se encontraban en el ámbito doméstico, tales como la televisión, la computadora familiar y el teléfono. Hoy en un contexto de multiplicación de tecnologías audiovisuales se tiene la posibilidad de acceder a éstas desde diversos lugares, lo que hizo necesario ampliar la perspectiva para poder considerar las prácticas de consumo en lugares propios de la vida cotidiana, más allá del hogar. De esta manera se permite superar las limitaciones de una noción estática del hogar al considerar la dinámica constante de las relaciones entre lo público y lo privado.

El enfoque de la domesticación interfiere en la creación de hábitos y rutinas en relación a diversas tecnologías de la información y la comunicación, cómo estos se llevan a cabo, y los significados que los usuarios les brindan. Tales actividades pueden desenvolverse en diferentes espacios, de forma que su domesticación deriva en un proceso multisituado que trasciende las fronteras del hogar.

Tal es así que las industrias mediáticas, están desplegando estrategias basadas en la convergencia, creando múltiples formas de vender contenidos, para fidelizar de esta manera a los consumidores. Los especialistas en el tema argumentan que si la televisión quiere seguir perdurando deben lograr captar al público que están perdiendo, que es el público joven, los llamados “nativos digitales”. Ya que son ellos quienes están llevando a la televisión hacia nuevos canales más interactivos haciendo del consumo una práctica en red.

Por esta razón es que en nuestros días, la televisión insiste en un esfuerzo multimodal de ir junto a sus espectadores para darles lo que pretenden en cualquier momento, en cualquier lugar, y de cualquier género. La televisión de ayer no es la televisión de hoy, a pesar de seguir considerándola como tal.

Las tecnologías digitales disponibles en la contemporaneidad abren espacio para la ubicuidad, es decir, estar por todas partes al mismo tiempo. La cuestión de la movilidad y la omnipresencia permiten repensar los medios y productos culturales como existiendo en red. Los medios audiovisuales rompen con las barreras del tiempo y del espacio.

En la era de la ubicuidad proporcionada por los formatos digitales y el masivo alcance de internet, los productos televisivos se encuentran potencialmente en todas partes. Se trata también de una televisión nómada y multiplataforma que esparce su imaginario por diversos escenarios.

En este contexto, nos preguntamos cómo las audiencias se van adaptando a los usos de las nuevas tecnologías que se encuentran en convivencia con los formatos tradicionales; cuáles son los comportamientos en relación al consumo de textos audiovisuales que se realizan tanto dentro como fuera del hogar; desde qué plataformas y dispositivos lo hacen; cuál es el rol actual de la televisión programada ante la aparición de novedosas plataformas que ganan cada vez más adeptos; cómo conviven las diferentes prácticas de mirar televisión en el hogar, y las relaciones que se dan en torno a la televisión en el ámbito doméstico.

El presente trabajo tiene como objetivo principal explorar los hábitos y prácticas de consumo de las tecnologías audiovisuales en un contexto de multiplicación de nuevas formas de recepción y plataformas de distribución de contenidos en hogares de clase media de la ciudad de Rosario y otros espacios.

Como objetivos secundarios de esta investigación se planteó:

- Identificar las pantallas utilizadas para el consumo audiovisual, el tipo de contenido, la plataforma seleccionada, y el lugar desde dónde se hacía efectivo el consumo.
- Explorar los cambios en los significados de la televisión y las tecnologías audiovisuales.
- Examinar el rol de internet y las nuevas tecnologías de información y comunicación para comprender las transformaciones en la forma de consumir contenido audiovisual.
- Describir las prácticas de consumo de contenidos audiovisuales fuera del contexto doméstico.

Capítulo 2 - Historia de la televisión y las nuevas pantallas // Evolución tecnológica en la circulación de contenidos audiovisuales

2.1 Orígenes de la televisión

En sus orígenes, la televisión se fue conformando como una técnica manual de transmisión de imágenes, que utilizaba el espacio como medio de propagación. Años posteriores, se convirtió en un sistema de comunicación que, mediante ondas radioeléctricas a través del espacio, transmitía imágenes y sonidos. Pero, no será hasta 1950 donde esta técnica revolucionaria se convierta en un medio de comunicación, que abandonará los laboratorios y penetrará en los hogares.

La influencia que ha cobrado la pantalla chica, en todos los aspectos de una sociedad, no se compara con la revolución tecnológica que la ha creado. La prehistoria de la televisión se extiende desde finales del siglo XIX hasta 1935. Durante este período, un grupo de investigadores provenientes de Estados Unidos, Inglaterra, Francia y Alemania se propusieron transmitir imágenes a distancia, con el fin de brindar un servicio público que permitiera el envío de documentos para facilitar trámites burocráticos y administrativos.

Los primeros intentos, que concluyeron en la fototelegrafía, se remontan a 1884. El ingeniero alemán Paul Nipkow, obsesionado con la idea de transmitir una imagen a distancia, inventó el primer sistema de televisión de la historia: el disco de exploración lumínica o disco de Nipkow.

Transcurriendo el siglo XX, el físico británico John Logie Baird estudió para perfeccionar la reproducción de imágenes. En su labor como uno de los padres de la televisión perfeccionó el Disco de Nipkow.

Otro fundador de la televisión moderna fue el científico ruso-norteamericano Vladimir Zworykin, quien inventó el iconoscopio y del kinetoscopio, dos tubos de imagen para la formación y recepción de imágenes de televisión.

Allá por el año 1924, y gracias a los aportes de John Logie Baird, se realizaron las primeras pruebas de imágenes de televisión, y en julio de 1928 se hizo la primera transmisión experimental desde Washington, Estados Unidos.

Al año siguiente, la BBC de Londres formalizó el primer servicio regular de transmisión de imágenes. En Estados Unidos, la primera práctica formal de televisión se produjo en 1930. En estas experiencias se emplearon equipos mecánicos que utilizaban canales de radiodifusión, a treinta líneas de definición, careciendo de sonido.

En la década del treinta, el disco de Nipkow y el iconoscopio, primeros modelos de televisión mecánica, fueron desplazados por los de carácter eléctrico. En 1931, la Radio Corporation Of America, colocó una antena emisora en la terraza del edificio más alto de Nueva York, sentando el precedente de la primera experiencia de televisión electrónica. En Europa, cuatro años más tarde, el francés Rene

Bacchelemy instaló el primer estudio de televisión en la Escuela Superior de Electricidad de París, colocando la antena emisora en la torre Eiffel.

Hay que destacar que los aspectos técnicos en este período jugaron un rol muy importante para el inicio de la televisión. La televisión no fue creada por una necesidad inmediata del hombre, sino como un medio de transmisión de imágenes a distancia con fines burocráticos. Lo que no imaginaron jamás estos investigadores es que este descubrimiento lograría ejercer un fuerte papel en el desarrollo de las sociedades modernas, trascendiendo el de medio de transmisión.

2.2 El desembarco de la televisión en Argentina

En la Argentina, el inicio de la televisión fue un proceso que tardó varios años en concretarse. Los altos costos de los equipamientos y el perfeccionamiento de los técnicos en el exterior hicieron que este medio llegue de forma tardía a nuestro país. De esta forma, fue el Estado quien asumió la responsabilidad de su inserción.

En 1944 se emiten las primeras imágenes a modo experimental, pero no será hasta septiembre de 1951 que las pruebas de calibración de los equipos fueron aprobadas. Estas primeras experiencias fueron estudiadas por conocedores del tema, que veían lo que ya estaba aconteciendo en Estados Unidos y Europa y estaban deseosos de ser pioneros en el área.

Según Varela (2005): “La apropiación de la televisión por parte de la sociedad argentina demora casi veinte años e incluye dos etapas bien diferenciadas entre sí, tanto desde el punto de vista de la historia del medio como del contexto histórico político de la Argentina”.

Una primera etapa, que comprende la década de 1950, partida al medio por la Revolución Libertadora; donde la televisión sólo era de interés para unos pocos, con escasa programación y de baja calidad. Solo algunos hogares tenían acceso a un televisor, lo que les otorgaba cierto status, en tanto los hacía partícipes de un grupo social distintivo.

El segundo período, en cambio coincide con la explosión de la televisión como medio de masas. Donde el acto de mirar televisión, comienza a ser visto como un mero quehacer más de todos los días.

En noviembre de 1950, Jaime Yankelevich, propietario y Director General de Radio Belgrano, logra el permiso del presidente Juan Domingo Perón y viaja a Estados Unidos para traer los primeros equipos de televisión.

Denominada por los técnicos como la “conquista del progreso”, también cuenta con el apoyo de Eva Perón, primera dama en tal momento, quien luego de oír los elogios de los nuevos aparatos deseaba que la transmisión inicial sea el acto político por el Día de la Lealtad.

En 1951 llegan los equipos y en los medios gráficos comienzan a emitirse las primeras publicidades de televisores. La Argentina fue, de este modo, el cuarto país del continente americano en comenzar con las transmisiones de televisión, después de Brasil, México y Cuba, y el octavo a nivel mundial, luego de Alemania, Inglaterra y Estados Unidos. En ese momento, se estimaba que no había más de treinta receptores en toda la Ciudad de Buenos Aires.

La televisión argentina se inaugura oficialmente con un acto de Eva Perón en la Plaza de Mayo, con motivo del sexto aniversario del Día de la Lealtad, el 17 de octubre de 1951. Muchos hablan de la precarización de aquel primer discurso en cuestiones técnicas. El equipo transmisor, las cámaras y la antena emisora fueron montados en el edificio del Ministerio de Obras Públicas. Enrique Susini, director de la transmisión, puso al locutor Fito Salinas delante de cámara con un libreto, completando así varias horas de transmisión de prueba. Los receptores de TV se hallaban ubicados en vidrieras de conocidos comercios, a no más de 500 metros de la planta transmisora. Sin lugar a dudas, ese acto público no solo marcó el inicio de la televisión argentina, sino que también, esas imágenes que reproducían un discurso de Eva debilitada por su enfermedad, sostenida por la cintura por el presidente Juan Perón, han quedado grabadas en las retina como un documento político e histórico fundamental de la Argentina.

Teniendo en cuenta que la llegada de la televisión a la Argentina fue un impulso estatal, es lógico que su primera transmisión haya sido un acto político. Pero aun así, este gran acontecimiento fue opacado por el discurso de Eva Perón, quien hacía tiempo había desaparecido de la esfera política.

Es importante tener en cuenta que ese día hubo más gente en la plaza presenciando el acto, que mirándolo por televisión. Lo que refleja que si hablamos de la historia de un medio de masas, en Argentina habría que esperar para poder pensar la televisión de ese modo.

Las primeras transmisiones televisivas son fiel reflejo de la cámara retratando lo que sucedía en el momento. Sin embargo, el hecho de que no haya quedado documentación de esas transmisiones más que a través de fotos o filmaciones, es un dato significativo.

En este contexto, se puede vislumbrar que los aparatos televisivos todavía no se habían incorporado a la vida cotidiana. Para que esto pudiera darse, se produjo una transformación que trajo aparejadas estrategias diversas de domesticación.

Sin duda, la televisión no fue, en sus comienzos, un símbolo de masividad, como sí lo había alcanzado la radio, y pocas fueron las personas que contaban con aparatos receptores en sus hogares. De esta forma, la novedad fue compartida en bares y negocios de la capital, entre un público que hasta entonces había sido esencialmente radioescucha.

El canal estatal de televisión se haría formador de sus propios artistas, técnicos, camarógrafos y directores, quienes provenían del ambiente del espectáculo, más precisamente del teatro y del cine. A fines de 1951, ya contaba con una programación integrada por figuras como Juan Carlos Thorry, Analía Gadé, Ana María Campoy, José Cibrián y Diana Maggi; la oferta televisiva se fue ampliando poco a poco.

Bajo la perspectiva de Varela (2011): “la continuidad entre la radio y la televisión se produce en varios niveles. En primer lugar, por la organización de la programación, la conformación de una grilla que, además, era coherente con el funcionamiento inicial de Canal 7 como apéndice de Radio Belgrano. En segundo lugar, por la centralidad de la figura del locutor/presentador que le daba continuidad a la fragmentación de la programación y se convierte en la cara y la voz más visible de la televisión. Por eso las figuras estelares del período inicial son todos locutores/presentadores”.

Raymond Williams (1974) también comparte esta visión al afirmar que “la TV pasó por etapas similares a la radio. Básicamente, la tecnología de transmisión y recepción, se desarrolló, nuevamente,

antes que el contenido, y aspectos importantes del contenido, siguen siendo, productos secundarios de la tecnología más que empresas independientes”.

En el transcurso de los años veinte y treinta, con la expansión de la radio se genera una gran atracción no sólo en los oyentes, sino también en la sociedad en general por el nuevo descubrimiento. A diferencia con sus antecesores, el cine y la radio, es que mientras éstos fueron productos de un par de jóvenes innovadores, la llegada de la televisión requerirá más que aparatos precarios y caseros y necesitará de la intervención estatal.

A la televisión le costó varios años alcanzar el estatus popular de la radio; sin embargo, es interesante observar cómo la primera transmisión de la televisión argentina está asociada a un acontecimiento popular, político, representando una realidad histórica particular. Por un lado, la llegada del progreso asociado a lo tecnológico, la transmisión de imágenes con sonido que refleja lo que acontece, cautiva al ciudadano; por otro, el ícono de la llegada de la televisión está condensado en la imagen de la antena. Esa estructura, posada sobre un edificio, rodeado de cables y de técnicos trabajando a su alrededor será, por mucho tiempo, el ícono de una televisión que indudablemente no creamos, pero que aceptamos y vemos con gran potencia.

La antena era el único elemento técnico ligado a la televisión que podía decirse que era “nacional”. Todos los demás equipos habían sido comprados en Estados Unidos y resultaba difícil señalar la importación como un logro nacional en un país que se enorgullecía de haber sido pionero de las transmisiones radiales.

Además, la antena también fue utilizada como ícono reconocible que permitía establecer continuidades con los medios conocidos. Telegrafía, telefonía, radio-telefonía y tele-visión (como lo nombraban las revistas técnicas y de divulgación de la época) estaban hilados por algo en común: la transmisión a distancia de signos, voces o imagen. Todos estos medios, tenían la capacidad de transmitir a distancia. (Varela, 2011)

De tal manera, no resulta arbitrario que la primera revista sobre programación de la televisión se llame Antena, haciendo referencia no sólo al símbolo del medio, sino también en relación con sus ondas de transmisión y su carácter de “espacio público”.

En este aspecto, se observa el orden de lo público tomando como referencia a las antenas que se entrelazan con el orden de lo privado, representado en los televisores como aquellos aparatos que tendrán que ser adquiridos por el público.

“Pero luego de ese reinado de la antena transmisora, asistimos a un primer desplazamiento del imaginario técnico televisivo. Se trata del pasaje de la televisión al televisor que coincide con un período anterior a la instalación del servicio público o un momento muy inicial del mismo. Mientras la televisión, en tanto transmisión a distancia, coloca a la televisión en la serie de la telegrafía y telefonía que habían surgido en el ámbito de las comunicaciones públicas, el televisor sería, básicamente, un electrodoméstico perteneciente al ámbito de consumo privado y de ser posible comprado en cuotas” argumenta Varela (2011).

El pasaje del televisor a la televisión puede concebirse como el paso a una nueva etapa del medio. De una fase caracterizada por lo técnico deviene otra propia del orden del espectáculo. Sin embargo, para que esto pudiera hacerse efectivo la televisión tuvo que lograr la consolidación en su forma de producción, establecer una grilla de programación con géneros determinados, y propiciar el consumo en los hogares.

La penetración de la televisión en los hogares había sido más bien limitada durante la década del cincuenta, especialmente por el costo de los televisores. A partir de un crecimiento significativo de la oferta televisiva en los sesenta, y rodeada de un contexto económico favorable relacionada al consumo, encontró a la televisión argentina ya más naturalizada entre los ciudadanos. En este período, la televisión comenzó a consolidar su lugar primordial en el living de casi todas las familias argentinas.

La década de 1960 estuvo caracterizada por una televisión en manos privadas, con cuatro canales de aire en Capital Federal, más dos en el interior del país. Su expansión y consolidación operó en un contexto de concentración de capitales, con contenidos provenientes, mayoritariamente, de

Buenos Aires, con inversiones extranjeras. Los inversores fueron grandes cadenas de televisión norteamericanas.

Con una programación variada, adelantos técnicos como la máquina Ampex que permitía la grabación en carreteles de cinta sin cortes y comercialización de los segundos de aire, la industria crecía y se forjaba cada día más.

Fue así como los canales del interior empezaron a retransmitir la programación de la capital en diferido. La precaria calidad de la señal derivó en la instalación de repetidoras, además de la creación de los primeros proyectos en localidades más pequeñas, dando lugar de esta manera al nacimiento de la televisión por cable. En 1969, en Balcarce se instaló la primera estación terrena que permitió las transmisiones vía satélite.

A principios de los años 70 se incrementaba la oferta televisiva: programas humorísticos, telenovelas, musicales, concursos. El Estado intervino los canales privados por decreto de María Estela Martínez de Perón.

Luego del Golpe de Estado, los canales comenzaron a ser controlados por las Fuerzas Armadas, proceso que duró hasta 1983. Muchos artistas fueron censurados y exiliados del país.

2.3 Rosario: sus comienzos televisivos

En Rosario, al poco tiempo de la creación de Canal 7 (1952), quienes tenían el privilegio de contar con televisor en su hogar podían disfrutar de las transmisiones pioneras de la televisión nacional.

Las primeras imágenes televisivas se captaron en Noviembre de 1952, en una prueba experimental realizada en el entonces edificio del Ministerio de Agricultura, que se encontraba ubicado en la intersección de las calles Sarmiento y Mendoza. Tal innovación pudo ser posible gracias a un dispositivo que permitía captar las ondas selectivas de tres modos diferentes, creado por el ingeniero dinamarqués Pablo Thomsen.

El 14 de Noviembre de 1964, se inaugura en la ciudad, la primera planta transmisora de Canal 5, propiedad de la empresa RADER –Radiodifusora de Rosario. Presidida, entre 1964 y 1968 por Rolando Lo Celso; quien luego es sucedido por Aurelio Compained hasta 1974.

En 1974, asume la presidencia del canal un hombre muy vinculado al medio televisivo a nivel nacional, Pedro Simoncini. Él será quien otorgará a la televisión local una variada selección de contenidos educativos y culturales.

Asimismo, en 1972, Canal 5 va a ser pionero en difundir en otros canales argentinos, un programa de producción local llamado “Querer al país”; logro que solo los canales de la ciudad de Buenos Aires habían podido acceder. El canal, con sus modestos aparatos técnicos se destacará, en estos primeros años, por impulsar la producción propia.

Por su parte, Canal 3 se inauguró el 20 de Junio de 1965, durante los festejos por el día de la bandera. La planta emisora, ubicada en Avenida Caseros al 8100 nacía bajo la propiedad de Televisión Litoral S.A.

El nuevo canal estaba en manos de un grupo de empresarios de la ciudad entre los que se encontraban Alberto Casiano Gollán, Ernesto Daumas, Ramón Maidagan, Guillermo Strzza, Carlos Leopoldo Lagos, Rodolfo Dianda, Jaime Katester y Alberto España.

A un año de su inauguración, se instalan los estudios en el actual teatro Mateo Booz, con un equipamiento de alta potencia. La figura de Alberto Gollán, fue por años el sello distintivo de Canal 3 y quien tras traer nuevos equipos de alta tecnología, en mayo de 1980 impulsa la primera transmisión en colores. Hoy en día, dicho canal cuenta con repetidoras en El Trébol, Rufino, Venado Tuerto y Pergamino.

2.4 La consolidación de la televisión por cable

Transcurría el año 1969, cuando canal 13 de Buenos Aires realizó las primeras pruebas de transmisión a color. Dichas experiencias estuvieron en manos de capitales privados propios del canal apoyados por equipamiento de la firma Sony. El sistema utilizado fue el NTSC, mediante el cual se

emitía una imagen a color desde el canal, la cual era recibida por un receptor ubicado en la casa de un operario del canal, que luego se comunicaba vía telefónica con el estudio para ir realizando ajustes.

Los resultados de estas pruebas fueron ampliamente satisfactorios, pero cuando el canal se proponía la importación del equipamiento para implementar las transmisiones a color, el gobierno prohibió las transmisiones a color en todo el país hasta que no estuvieran todas las regulaciones bien analizadas.

A mediados de 1977, se formó una comisión de estudio de factibilidades para analizar y determinar cuál sería el sistema color para el país. Para ese entonces, los sistemas de color existentes en el mundo eran tres: el PAL y el SECAM (ambos europeos) y el NTSC (proveniente de EEUU). Finalmente, el sistema elegido por la comisión fue el PAL norma N.

Para Abril de 1978, el sistema ya estaba preparado, se contaba con una estructura de producción centrada en el nuevo edificio especialmente construido para dicho fin en Figueroa Alcorta y Tagle, que luego reemplazaría al viejo Canal 7 estatal.

En 1979, Canal 7 pasa a llamarse Argentina Televisora Color (ATC). Unos meses después, ya habiéndose realizado algunas pruebas breves para comprobar su efectividad, el 1° de Mayo de 1980 la televisión argentina comienza a transmitir a color.

La primera imagen que recibieron los casi 300.000 televisores cromáticos que había en el país, fue la bandera argentina. La locutora Lidia “Pínky” Satragno fue la encargada de presentar el acontecimiento en el contexto de día del trabajador.

Si bien las transmisiones a color comenzaron oficialmente en la Copa del Mundo de 1978, las mismas eran destinadas al exterior del país mientras que para la Argentina continuaban siendo en blanco y negro, con la sola excepción del partido Argentina – Holanda que fue transmitido en color bajo la norma alemana PAL-N para todo el país.

Es entonces, a partir de los años '80 que la televisión por cable inicia su gran expansión al incorporar programación segmentada, canales temáticos, y canales extranjeros vía satélite, permitiendo

la llegada directa de la televisión emitida en Buenos Aires a otras provincias. El cable permite ver las transmisiones sin interferencias, y también que los programas no tengan tantos cortes publicitarios.

Durante este período surgen una serie de cambios tecnológicos como el uso de video caseteras y la llegada del control remoto que expandieron las posibilidades con las que contaba el espectador. Además, comienza a desarrollarse poco a poco la modalidad de la TV por suscripción.

El primer sistema de televisión por cable en el interior del país fue en Rosario, bajo el nombre de Cablehogar. Años después, surgen otras empresas de servicio de televisión por cable en la ciudad como Cablevisión Sur, Multicanal, y Galavisión; y ya entrados en la década del 2000 aparecen en la escena los sistemas satelitales como Direct TV o TDH.

En cuanto a la televisión abierta, seguía estando en manos del Estado y con índices de bajo encendido. En la programación podemos destacar algunas coproducciones con otros países, programas unitarios de contenido crítico al régimen vigente como “Nosotros y los Miedos”, y otros programas realizados con el fin de recaudar fondos para la Guerra de Malvinas, cuyas noticias eran seguidas paso a paso por la televisión.

En 1983 vuelve la democracia el país, y con el nuevo gobierno, nuevas autoridades y pautas para el manejo de los canales. Dos años después, comienzan a surgir programas de entretenimientos tales como “Seis para triunfar” o “Hola Susana” que generaban altos niveles de audiencia.

El cable por su parte ya había logrado desarrollarse más y se autoriza la recepción de señales satelitales del exterior que se incorporan a la programación de las emisoras de cable. La primera es la ESPN, luego la CNN.

La expansión fue tal que ya en los años '90, el alcance de la televisión por cable superó el 50% de los hogares argentinos. En dicho momento, las licencias de los canales pasaron a manos privadas: canal 11 paso a manos de Televisión Federal y Editorial Atlántica, luego llamada Telefe; canal 13 quedó a cargo de Grupo Clarín y canal 2 en manos de Eduardo Eurnekian, quien fundó América TV. Se liberaron señales y frecuencias; surgieron poderosos multimedios que comenzaron a concentrar en una

sola empresa diferentes medios de comunicación, y esto desembocó en una mayor participación de grupos extranjeros en su composición accionaria.

De esta manera aparecieron fenómenos como el zapping, que llevaron a que los creadores de contenidos pudieran implementar estrategias de mayor impacto y con tinte sensacionalista, con el objetivo de aumentar su público. La característica distintiva de las señales de cable es que comienzan a emitir y producir contenidos que apuntan a audiencias más específicas y segmentadas. A raíz de esto se inicia el proceso de fragmentación de las audiencias.

En materia de programación, se da el auge de las comedias, como “Grande Pá!” y “Amigos son los Amigos” que hacen importantes picos de rating. Por su parte, los noticieros presentan un nuevo formato con información más general y policial. Aparecen los “cazadores de noticias”, dándole al público mayor participación; y surgen los primeros talks shows y lo que se conoce como circo mediático, o sea programas periodísticos con escándalos, dramatizaciones, peleas, demostraciones insólitas, etc.

Aparecieron nuevas figuras en la tv, tales como Marcelo Tinelli, Mario Pergolini, Adrián Suar, y se mantuvieron vigentes las estrellas de siempre tales como Susana Giménez y Mirta Legrand. A la par también comenzaron a transmitirse series de origen extranjero que generaron grandes adeptos, y nuevos formatos televisivos que pasaron de transmitirse semanalmente a ser emitidos a diario.

Para esa época también continúa el desarrollo del cable con el nacimiento de Multicanal. Llegan nuevas señales desde el exterior como Cartón Network, TNT, HBO Olé. Las opciones son cada vez más variadas.

En 1993 aparecen cuatro señales de noticias nacionales: Red de Noticias, Todo Noticias (TN), Crónica TV y Cablevisión Noticias, y comienzan a surgir las producciones independientes. Esto es la realización de ciclos por fuera de la estructura tradicional de los canales, los cuales luego son vendidos a las emisoras.

Para esta época el cable presenta una variedad de más de 125 señales, el 37% nacionales y 67 % extranjeras. Hay diversidad de canales: de películas, de noticias, musicales, infantiles, documentales,

de series, deportivos, para la mujer, etc. Esto permite una programación más segmentada, dirigida a un público más específico. Algunas de las señales de cable son codificadas.

En 1999, llegó la televisión satelital a nuestro país con el surgimiento de Direct TV, que permitía ver más de 150 canales y ofrecía una guía de programación en pantalla, haciendo posible bloquear determinadas señales. Para recibir la transmisión se necesitaba de una antena parabólica y un decodificador.

De la mano de la fragmentación de las audiencias se inicia una etapa que pone en jaque el dominio de las grandes cadenas, a esta se la conoce como la “crisis del broadcasting”, donde el espectador toma mayor poder y sus decisiones reconfigurarán el mapa mediático.

2.5 Crisis del broadcasting

Cuando mencionamos la llamada “crisis del broadcasting”, a lo que referimos es que la televisión como medio que durante muchos años tuvo la capacidad de transmitir contenidos audiovisuales de amplio interés para todo el grupo familiar, está perdiendo capacidad de acción.

Esto se despierta como una consecuencia de la fragmentación de las audiencias, ya que trae aparejado un cambio, donde cada espectador comienza a gozar de diversas opciones disponibles pudiendo decidir el contenido que desea ver, y consumirlo cuando quiera.

El término *broadcasting* refiere al servicio de transmisión de señales de televisión y radio para un público muy amplio, masivo. Abarca gran parte de los medios de comunicación de masas, y se opone a la emisión para audiencias reducidas.

Este modo de producir y transmitir contenidos audiovisuales de manera abierta será reemplazado por una forma totalmente contraria. Por lo tanto, nos encontramos en esta etapa con un innovador método de hacer televisión basado en temáticas especializadas y dirigidas a públicos específicos.

Esta nueva manera de transmisión es denominada *narrowcasting*. La misma hace referencia a la posibilidad de emitir contenidos audiovisuales hacia segmentos diferenciados por valores, preferencias o atributos demográficos. El narrowcasting ha permitido huir del concepto de audiencias masivas. Tal denominación se engloba dentro de un nuevo sector emergente que refiere a la digitalización, permitiendo brindar contenidos más adaptados a las preferencias de los diversos públicos espectadores.

De esta manera, los medios masivos que pretendían enviar un número limitado de mensajes a una audiencia masiva comenzaron a perder su batalla frente a la interactividad de los nuevos medios.

El espectador es ahora el protagonista, y quién toma las riendas en el momento en que decide que ver y que no. Esta nueva forma de producir y consumir contenidos audiovisuales se terminará de consolidar a partir del surgimiento de Internet.

2.6 Digitalización, Internet, y You tube

En 1990, nos encontramos frente al surgimiento de un gigante que cambiaría nuestra forma de ver el mundo y comunicarnos: Internet. Nació en Estados Unidos, durante la Guerra Fría como un proyecto militar para poder asegurar las comunicaciones entre diferentes puntos del país en caso de sufrir un ataque de gran magnitud. Hoy en día, es una herramienta fundamental.

Si bien en la actualidad resultan evidentes los beneficios que Internet trajo a nuestras vidas, en sus inicios esta nueva tecnología provocó una gran incertidumbre entre otras industrias ya consolidadas.

En 1995, arriban a Argentina las primeras conexiones a Internet. En un lapso muy breve de tiempo, miles de usuarios particulares y empresas comienzan a navegar por una red que a nivel mundial ya reunía 30 millones de personas. Apenas un año después del lanzamiento comercial de Internet, en nuestro país hay más de 300 empresas nacionales que ofrecen servicios e información corporativa por esa mega red de computadoras. La cantidad de usuarios argentinos se quintuplicó entre 1997 y 2000.

Autores como Nicholas Negroponte (1995) vislumbraban la influencia que internet tendría sobre la televisión. “El desarrollo y aumento de los ordenadores personales ocurre tan deprisa que la futura televisión de arquitectura abierta es la PC”. Incluso se arriesgaba a dar detalles técnicos de cómo sería su funcionamiento: “El aparato receptor será como una tarjeta de crédito que al introducirla en nuestro PC lo convertirá en una puerta electrónica para la recepción de información y entretenimiento por cable, teléfono o satélite”. Y agregaba que “la clave del futuro de la televisión es dejar de pensar en ella como tal y concebirla en término de bits”.

Internet fue quién le otorgó a las computadoras el poder para que se convirtieran en un gran medio de comunicación. Este es un medio que permitió crear, hacer circular todo tipo de contenidos audiovisuales; así como también posibilitó otras formas de relación entre las audiencias, los productores y las empresas mediáticas.

La llegada de la World Wide Web, junto con la explosión de las nuevas tecnologías de la comunicación, que parecían ser cada vez más descentralizadas, fueron los principales causantes de un cambio en el comportamiento de las audiencias.

La nueva imagen de la red que se impuso para representar las relaciones en internet, se oponía completamente al sistema broadcasting en cuanto a la relación entre un emisor centralizado y muchos receptores. (Varela, 2009)

Asimismo, Eliseo Verón (2013) detalla que “desde el punto de vista de la historia de la mediatización lo que nos interesa es que la World Wide Web comporta una mutación en las condiciones de acceso de los actores individuales, produciendo transformaciones inéditas en las condiciones de circulación”.

A mediados de la década de 2000 fue el comienzo de la difusión de programas de televisión disponibles a través de Internet. iTunes comenzó a ofrecer programas y series de televisión selectas en 2005, disponibles para su descarga mediante pago directo. A su vez en febrero de ese mismo año, se crea el sitio web de videos compartidos YouTube, que permitía a los usuarios compartir contenido audiovisual de diversa índole.

YouTube fue creado por tres empleados de Paypal, Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, quienes tenían como objetivo compartir videos grabados en un evento. En un principio, la plataforma fue diseñada para subir contenido amateur a la web pero poco a poco pasó a convertirse en un fenómeno con cada vez más éxito y con un crecimiento vertiginoso.

A lo largo del año de su creación se fueron implementando características que pronto distinguirían a YouTube de sus competidores: la posibilidad de incrustar a través de HTML los videos en blogs o sitios web, permitiendo conquistar la web fuera de la plataforma; un listado con los videos más populares, permitiendo la promoción de videos y apoyando su viralización; listas de reproducción; el video en pantalla completa y un sistema de suscripciones, que tiempo más tarde permitiría la aparición de proveedores de contenidos no profesionales y mutaría en los llamados canales.

Con la creación de YouTube, se comienza a promover lo que Van Dijck (2007) denomina *homecasting*, es decir, la producción amateur de contenidos audiovisuales que luego es publicada en internet. Dicho autor asegura que este tipo de usuarios no sólo producen y consumen, sino que realizan múltiples funciones que se desarrollan en un entorno mediático, en dónde los límites entre comercio, información, contenidos y obras no están del todo definidos. (Van Dijck, 2009)

Es evidente, que con la aparición de dicho portal, se produce un cambio en la forma de producir contenidos audiovisuales. Ya no se necesita ser profesional para hacerlo, si no que cualquier persona puede animarse a llevarlo a cabo.

Ya en su segundo año, YouTube estrechó aún más la relación con los usuarios y mostró gran permeabilidad frente a los intereses y preocupaciones de la comunidad. Las características que se implementaron la distinguieron aún más, instalándose como la plataforma más importante de videos en línea.

Durante ese período, se introdujeron los perfiles de usuario, aportando uno de los detalles clave para convertirse en una red social; se redujo el tiempo máximo permitido a diez minutos para evitar la piratería y a consecuencia de ese límite se presentó YouTube Directors para genuinos creadores de contenidos. Además, las respuestas de video se crearon como reconocimiento de la práctica común

entre videobloggers de comunicarse a través de videos; y se implementó la capacidad de subir videos desde teléfonos celulares, que años más tarde sería clave para los movimientos sociales en red.

A finales del año de su creación, sus vídeos recibían 50 millones de visitas diarias. Unos meses después, en mayo de 2006, el portal contaba con 2.000 millones de visitas diarias, llegando a los 7.000 millones en agosto del mismo año.

El desarrollo de la banda ancha hizo posible que cada vez más personas pudieran participar de YouTube, ya sea como consumidores o como generadores de contenido. Google dio cuenta del rápido crecimiento de la plataforma, y en octubre de 2006 la adquirió por 1.650 millones de dólares en acciones. Las estadísticas seguían poniendo los pelos de punta: 100 millones de vídeos en la plataforma visualizados y 65.000 nuevos vídeos diariamente.

Ya con el andamiaje de Google por detrás, el crecimiento de YouTube se dio con mayor firmeza. En una audaz jugada, YouTube comenzó a considerar como “partners” a los usuarios populares que se encargaban de llevar a la plataforma la mayor parte de las visitas y de este modo se les empezó a remunerar a partir del número de reproducciones de sus videos; se comenzó a lanzar portales en distintos idiomas y una plataforma móvil para consumir contenidos.

En 2008, introdujo mayor calidad en los contenidos (480p), la posibilidad de dejar anotaciones en los videos y se comenzó a coquetear con la posibilidad de transmitir en vivo vía streaming. Un año después, instaló el HD (720p y 1080p).

Asimismo, Google decidió dejar de permitir la suba de formatos audiovisuales a su abandonado Google Video. Se introdujo el reconocimiento de voz automático para algunos de los videos subidos, que sumado a la traducción automática continuó allanando el carácter intercultural de la plataforma.

Probablemente uno de los hitos históricos de YouTube fue la aparición de Vevo, una plataforma de videos musicales formada por Google, Sony Music Entertainment y Universal Music Group, entre otros. Vevo fue creada para capitalizar el dinero que se generaba a partir de las publicidades y las reproducciones de videos musicales en YouTube.

Transcurriendo el 2010, en otra demostración de permeabilidad ante su comunidad de usuarios, desarrolló una nueva calificación que reemplazaba al sistema de cinco estrellas a partir de una consulta a sus usuarios. También continuó poniéndose al día respecto de los últimos avances en tecnología relacionada al video implementando video en 4K y lenta pero firmemente continuaron probando con transmitir video en directo.

En su avance sobre la industria del cine, YouTube introdujo la posibilidad de alquilar películas; siguió perfeccionando su herramienta para editar video en línea, y finalmente abrieron la posibilidad de transmitir en vivo a casi todo el mundo.

Su funcionamiento es sencillo para que cualquier usuario de la red pueda utilizarlo sin conocimientos técnicos. En esto se basa la web 2.0 y es la razón de su éxito. Su reproductor online utiliza Adobe Flash o HTML para transmitir el contenido que aparece en forma de montajes de fotografías, cortes de televisión, vídeos musicales, tráileres de películas, o anuncios y videos de empresas.

Hoy en día, YouTube es el segundo sitio más visitado de Internet a nivel mundial, solo superado por Google, sin embargo en Argentina YouTube ocupa el primer puesto. Principalmente sus usuarios más frecuentes son personas menores de 35 años, a los que Google llama “Generación C”, ya que su actividad en línea se basa en conectar, comunicar y crear contenido.

Si bien la TV sigue siendo un medio muy poderoso e influyente, no podemos negar que las nuevas generaciones prefieren pasar el tiempo libre frente a la pantalla de un dispositivo conectado a internet, que frente a un televisor viendo su programación.

El fenómeno de YouTube, pone de manifiesto cambios profundos que se están dando en nuestra sociedad. El crecimiento del volumen de información audiovisual en Internet es exponencial.

Las tecnologías actuales de uso individual, casero y no profesional abren márgenes crecientes de creatividad e intervención de las personas que cada vez necesitan menos destrezas técnicas para iniciarse en la producción y la publicación de contenidos.

El reto de Google es que el video en internet va a acabar con la televisión. El director de YouTube para América del Sur, John Farrel pronostica que el 75% de los contenidos audiovisuales serán consumidos vía internet en 2020 (Ramonet, 2015).

Al respecto de esta situación, Ignacio Ramonet (2015) señala que “en los primeros años de la televisión, el comportamiento tradicional del telespectador era mirar los programas directamente en la pantalla de su televisor de salón, manteniéndose a menudo fiel a una misma (y casi única) cadena. Con el tiempo todo eso cambió. Y llegó la era digital. En la televisión analógica ya no cabían más cadenas y no existía posibilidad física de añadir nuevos canales, porque un bloque de frecuencia de 6 MHz equivale a una sola señal, un solo canal. Pero con la digitalización, el espectro radioeléctrico se fracciona y se optimiza”. Y luego agrega: “La invención de la web, hace 25 años, favoreció el desarrollo de internet y el surgimiento de lo que llamamos la “sociedad conectada” mediante toda clase de links y enlaces, desde el correo electrónico hasta las diferentes redes sociales (Facebook, Twitter, etc.) y mensajerías de texto y de imagen (WhatsApp, Instagram, etc.). La multiplicación de las nuevas pantallas, ahora nómades (computadores portátiles, tablets, smartphones), ha cambiado totalmente las reglas de juego. La televisión está dejando de ser progresivamente una herramienta de masas para convertirse en un medio de comunicación consumido individualmente, a través de diversas plataformas, de manera diferida y personalizada”.

Llegado este momento, la industria de la televisión comenzó a dar cuenta de la importancia de tener presencia en dicha plataforma. Vemos como la gran mayoría de las señales, cuentan con su propio canal en YouTube, los cuales están conformados por videos de programas, o fragmentos que ya fueron transmitidos en vivo; y en el caso de los canales noticias, vemos que transmiten en vivo lo mismo que están emitiendo por tv.

2.7 El streaming, Netflix y la nueva televisión “a la carta”

La diversidad de contenidos que nos ofrecen como espectadores, la globalización de los mercados, y la fragmentación de las audiencias ha traído aparejadas innovadoras formas de

comercialización, fruto de este proceso de digitalización. Dicho proceso fue el responsable de dar origen al consumo de televisión por internet.

En el mapa de la industria audiovisual, en la actualidad, se despierta un gigante del streaming, deseoso de imponer una nueva manera de consumir contenidos audiovisuales: Netflix. Cabe aclarar que existen otras plataformas similares a esta como HBO GO, Amazon, entre otras. Sin embargo, en Argentina, Netflix es la de mayor alcance.

Denominamos *streaming* a la distribución digital de contenido multimedia para que el usuario pueda ver aquello que desea mientras que el contenido se descarga. Funciona mediante un búfer de datos que va almacenando el flujo de descarga en la cuenta de quien lo está usando para inmediatamente mostrarle el material descargado. Dicho accionar se contrapone al mecanismo de descarga de archivos, que requiere que el usuario descargue los archivos por completo para poder acceder al contenido.

Las plataformas de video on demand, como Netflix, HBO GO, entre otras permiten a sus suscriptores, por un precio fijo mensual, el acceso a contenidos multimedia de forma personalizada e ilimitada mediante el streaming por internet de sus televisores, ordenadores y dispositivos móviles, ofreciéndoles de este modo, la posibilidad de solicitar y visualizar una película o programa concreto en el momento exacto que lo desee.

Netflix como empresa nació en 1997. Fue fundada por Marc Randolph y Reed Hastings. Todo empezó cuando Reed Hastings alquiló *Apolo 13*, en la cadena de videoclubes Blockbuster, y al devolver la película con unos días de retraso tuvo que pagar una multa de 40 dólares. Resignado, Hastings había decidido crear una cadena de videoclubes sin multas ni compromisos.

Junto con Randolph, el 29 de agosto de 1997 fundaron una empresa llamada Kibble, la cual tomaría el nombre de Netflix unos años después. La primicia de la compañía era simple; no salga a rentar una película, nosotros se la mandamos hasta la puerta de su casa.

La forma de Kibble era simple, los usuarios pedían por correspondencia el DVD de alguna película y a los pocos días lo recibían en casa, dependiendo de la cuota, las personas podían quedarse

con los discos hasta por un mes, algo realmente innovador para la época. Desde el inicio, el primer concepto que se lanzó era el de alquiler por correo, pero no estaba basado en suscripción, por lo que funcionó más al estilo de Blockbuster.

En 1998, Kibble se transformó en Netflix y Hastings lanzó la página Netflix.com, desde la cual los usuarios podían alquilar películas en DVD, que llegaban a los pocos días a sus casas, se trató de la primera incursión de la empresa en el terreno digital.

Netflix entró en el negocio de las suscripciones en 1999, los usuarios podían mantener durante meses los DVD que quisieran en sus casas, por la módica suma de 16 dólares. Esos dos acontecimientos sentaron las bases de lo que es la compañía en la actualidad.

En el año 2000, Hastings intentó vender el 49 por ciento de Netflix a Blockbuster, quien rechazó la oferta, por considerar que se trataba de un negocio demasiado chico.

La compañía ha sido una de las punto com más exitosas de la historia aunque sus inicios no fueron nada fáciles; durante sus primeros años incurrieron en pérdidas y no es hasta el año 2003 cuando registró su primera ganancia con 6,5 millones de dólares y 272 millones de dólares de facturación.

Marc Randolph y Reed Hastings supieron capitalizar el éxito del DVD y su rápida expansión en los hogares estadounidenses, fusionando el potencial de Internet y el comercio electrónico.

Netflix, tal y como es conocido en la actualidad, empezó en 2007, cuando se consolidó su oferta de vídeo bajo demanda. La empresa tenía 6 millones de suscriptores. A partir de ahí, se estableció como el rey del vídeo bajo demanda, los videoclubes fueron desapareciendo, mientras que la compañía fascinó al público con su forma de operar que podría resumirse en vea lo que quiera, cuando quiera y cuantas veces quiera.

Actualmente, la plataforma consiste en un software de streaming que permite ver al instante el contenido de a través de cualquier dispositivo conectado a Internet. El software puede variar según el dispositivo y medio, y la funcionalidad también puede diferir entre los dispositivos.

La velocidad de conexión mínima requerida es de 0,5 megabits por segundo, pero es posible que desee una conexión más rápida para mejorar la calidad de vídeo. Netflix transmite una pequeña cantidad de datos cada vez que inicie una película o programa de televisión.

Como compañía se encuentra constantemente innovando e incluyendo novedosas formas de producir y mostrar los contenidos audiovisuales, desafiando los modelos convencionales y constituyéndose como un pilar a imitar por el resto de la industria.

Ofrece películas y series, que surgen de la compra de derechos a los propios estudios y también contenidos originales, producidos directamente por la firma. La primera serie producida por la empresa que fue totalmente exitosa y continúa siéndolo en estos días es “House of Cards”.

Hoy en día, Netflix posee más de 62 millones de suscriptores en más de 50 países que disfrutan de más de 100 millones de horas de programas de televisión y películas por día, incluyendo series originales, documentales y largometrajes.

Reed Hastings, actual director, declaró recientemente que “la televisión lineal habrá desaparecido en veinte años porque todos los programas estarán disponibles en internet” (Ramonet, 2015).

Entre las principales ventajas de Netflix, podemos destacar que no tiene una limitación en cuanto a la cantidad de horas de programación que debe llenar, como sucede con una cadena tradicional de televisión. Además despliega en su plataforma todos los contenidos, los cuales se encuentran disponibles siempre. Esto es lo que buscan los espectadores hoy. Ellos son los que deciden que consumen, cuando, y en que soporte, Netflix ha entendido esto y lo está capitalizando.

Así es como muchos especialistas en el tema, se atreven a decir que el futuro de la televisión se encuentra mucho más cercano a lo que Netflix y las demás plataformas de televisión a la carta ofrecen, que a la grilla de programación estandarizada propia de la televisión tradicional. Este nuevo modelo parece estar mucho más acorde a lo que el público espectador demanda en nuestros días y eso le garantiza por el momento, y se prevé por unos cuantos años más el éxito asegurado.

Capítulo 3 – El debate sobre el fin de la televisión

Debido al empoderamiento de las nuevas tecnologías y el surgimiento de innovadores modos de consumo de contenidos audiovisuales, la televisión se encuentra en un momento en el que muchos se preguntan qué será de su destino y pronostican diferentes escenarios para esta.

3.1 Carlón: “Si hay una televisión que va a morir es la del grabado”.

Mario Carlón (2009) señala que el análisis que se está haciendo sobre un posible fin de la televisión tiene que ver con un diagnóstico sobre un fenómeno de desarrollo histórico: “Hubo una era en que los medios masivos, como la televisión, eran hegemónicos, pero eso se acabó, lo que no quiere

decir su desaparición, aunque sí hay una pérdida de poder de la TV en la vida social como consecuencia de los nuevos dispositivos”. A su vez, afirma que “nos encontramos en la era en la cual probablemente haya comenzado el fin de la televisión como medio, pero mucho menos en su fin como lenguaje y dispositivo”. Para definir que es un medio, el autor utiliza la noción de Eliseo Verón la cual implica una articulación de un soporte tecnológico más una práctica social.

En estos días, estamos siendo protagonistas de un cambio tecnológico que está modificando la manera en que se producen y se consumen los contenidos audiovisuales. La figura del espectador se reconfigura, para volverse cada vez más interactiva, y esto hace evaluar las posibilidades de que nos encontremos ante una crisis de la televisión como medio de masas.

En base a lo señalado, se puede determinar que en el transcurso de este camino, llegaremos a visualizar el reemplazo del aparato televisor tradicional por nuevas tecnologías interactivas que se hacen cada días más presentes.

Carlón (2009) dice que “la televisión tiene dos dispositivos y lenguajes: el grabado y el directo. El directo (llamado así porque es el lenguaje de la toma directa) estuvo desde el origen y constituye el núcleo de lo televisivo. El grabado, es decir, la videograbación, aparecida a mediados de los años cincuenta enriqueció las posibilidades discursivas de la televisión, que a partir de entonces tuvo dos lenguajes”. Y más tarde agrega: “Si las predicciones son correctas podríamos decir que el grabado, cuya esencia no es televisiva, va a perecer, se va a sumergir en el fin de la televisión. Si hay una televisión que va a morir, que va a hacer entrar en una crisis definitiva a la programación podemos predecir que es la del grabado, disponible siempre al espectador.”

Sin embargo, para dicho autor, lo que va a resistir es el directo, ya que este va a continuar generando discursos de gran alcance en el suceso de grandes eventos y acontecimientos. Además, sugiere que el lenguaje como tal se mantendrá sin modificarse, sin importar la pantalla en la que se lo reproduzca. “El directo, va a sobrevivir a una posible muerte de la televisión como medio. Porque su novedad ha venido a entregarle una experiencia inédita a sus sujetos espectadores: la posibilidad de ser testigos de los principales acontecimientos de su propia historia en su transcurrir. El dispositivo y el

lenguaje del directo no están listos para recibir una autopsia. Conflictos como el que se produjo entre el campo y el gobierno en 2008, que culminó con la transmisión en directo del voto del ex Vicepresidente de la Nación Julio Cobos a favor del campo, lo demuestran ampliamente. La televisión puede morir como medio, pero su dispositivo y lenguaje no.” (Carlón, 2009)

Este argumento de Carlón puede discutirse si consideramos que las plataformas digitales en constante innovación, pueden emitir contenidos audiovisuales en directo, y su vez dejarlos guardados en los servidores, para quienes quieran disfrutar de ellos posteriormente.

Carlón (2009) concluye que “vivimos en la época de varias predicciones sobre el fin: el fin de la televisión como medio de masas, el fin de la programación, y el fin del grabado como lenguaje propio de la televisión”.

3.2. Verón: “El interpretante se instala progresivamente como dominante”

Verón (2008) hace hincapié en que a lo largo de la historia de la televisión se han producido desfasajes entre la oferta y la demanda, y que tal proceso trae aparejado como resultado un cambio en el aspecto tecnológico, y también en el desarrollo discursivo de la televisión.

Al respecto del fin de la televisión enfatiza que “la televisión, ese fenómeno “masivo” que conocimos, materializado en ese mueble entronizado en el living-room de nuestras casas, que activaba la sociedad familiar está condenada a desaparecer”. (Verón, 2008)

Verón (2009) distingue tres fases o etapas en la historia de la televisión:

- La primera etapa, se desarrolla desde el momento en que la televisión comienza a formar parte del tejido social, en los años cincuenta hasta fines de los setenta. “La televisión como una ventana abierta al mundo exterior, donde el mundo estaba construido a partir de una localización nacional. El intérprete central es el Estado-Nación, en un sentido a la vez político y cultural.”
- La etapa intermedia, transcurre durante los ´80 hasta finales del siglo. Aquí el autor menciona que “la televisión misma se convierte en la institución-interpretante en producción, se desprende definitivamente del campo político”. En dicha fase, comienza a entrar en crisis la grilla de programación.
- Por último, la fase final donde la grilla de programación estalla como consecuencia de la aparición de las nuevas tecnologías que dejan el poder en manos del público espectador. “El interpretante se instala progresivamente como dominante es una configuración compleja de colectivos definidos como exteriores a la institución televisión y atribuidos al mundo individual, no mediatizado, del destinatario. Considero la explosión de los reality-shows como un síntoma de la entrada en esta tercera etapa que anunciaría el fin de la televisión de masas” señala.

Diez años atrás, industrias como la de telecomunicaciones, informática y televisión se desarrollaron de manera independiente. La informática y las telecomunicaciones eran dos sectores de prestación de servicios, la televisión era el único sector que producía contenidos. Con la llegada de internet, hoy los tres convergen como plataformas multiservicio. Lo que está llevando al fin de la tercera etapa de la televisión, según Verón.

Esta situación nos obliga a repensar el concepto de “recepción”. Los procesos de consumo se tornan cada vez más complejos, y el destinatario comienza a ser el propio programador de su consumo multimediático. (Carlón, 2009)

Verón (2009) concluye que “internet hace posible que los nuevos medios se parezcan a los viejos medios de escritura, como el libro y la prensa gráfica. Finalmente, las textualidades audiovisuales escapan a la grilla de programas y se transforman en discursividades disponibles en todo momento para el consumidor”.

3.3 Scolari: “La televisión sigue viva pero no es la misma de antes”.

Carlos Scolari (2009) se cuestiona: “¿Qué es la televisión? ¿Un prisma con un lado de cristal que descansa en el living familiar? ¿Un tubo catódico que comienza en un lente de una cámara y termina en las retinas de los televidentes? ¿Un dispositivo semiótico donde se articulan discursos, enunciadorees y enunciatarios? ¿Un espacio de mediación cultural donde lo popular convive, se confronta, y se revuelca con lo masivo? La televisión es el medio de masas por excelencia, el canal audiovisual que llega a mayor cantidad de consumidores y, sin dudas, la experiencia comunicacional más impactante del siglo XX.

Hoy en día, nos encontramos en un nuevo momento de la historia del medio. Podemos visualizar que un conjunto de nuevas tecnologías crecen día a día haciéndole sombra al aparato televisor, como son tablets, Smartphones, notebooks, entre otros. El arribo de estas innovadoras pantallas, así como también la transcendencia de la televisión ubicua en los dispositivos móviles, o los nuevos formatos de televisión on-demand están reestructurando las prácticas habituales de producción y consumo de contenidos audiovisuales.

Scolari (2009) subraya que “si sumamos todos estos cambios, lo que se perfila, tal como sostenía en su momento Toffler y más recientemente Verón, es la crisis del broadcasting, y en consecuencia, la posible desaparición de la televisión en tanto medio de difusión de masas. El modelo centralizado, basado en la producción de programas y en la venta de audiencias a los anunciantes, está obligado a compartir su espacio con otras formas de producir, distribuir y ver la televisión”. Y luego agrega: “Pero la televisión no es sólo broadcasting. Si por el contrario, la consideramos como un conjunto de prácticas de producción e interpretación de textualidades audiovisuales, entonces la televisión sigue viva (pero no es la misma de antes)”.

Tomando en consideración, la crisis del broadcasting, la atomización de las audiencias y el avance de una televisión reticular y colaborativa, marcada por las experiencias interactivas de sus

nuevos televidentes, el autor propone el concepto de *hipertelevisión*. El mismo es utilizado para definir la nueva configuración que el medio televisivo está afrontando. Al respecto señala ciertas características propias del concepto como lo son:

- Multiplicación de programas narrativos
- Fragmentación de audiencias
- Aceleración del relato
- Narraciones en tiempo real
- Relatos no secuenciales
- Expansión narrativa de las historias en diferentes medios. Integrando sus relatos dentro de “narrativas transmediáticas” (Jenkins, 2006)

“Es posible que no estemos asistiendo a la muerte de la televisión sino a la rearticulación de su rol vertebrador de la sociedad. La hipertelevisión le habla a una generación crecida en entornos digitales interactivos que ha desarrollado nuevas competencias perceptivas y cognitivas. Construyendo un televidente que debe poner en juego todas sus competencias narrativas, perceptivas y cognitivas para interpretar un producto textual cada vez más atomizado, multipantalla, transmediático, cargado de personajes que llevan adelante una compleja trama de programas narrativos”. (Scolari, 2009)

Difiere con Carlón respecto a la muerte del grabado. Para él: “la hipertelevisión es el reino del audiovisual registrado en servidores y discos duros. La hipertelevisión, en todo caso, privilegia el contenido grabado on-demand”. Pero coincide con Carlón y otros investigadores en que: “la idea de programación dentro de poco será parte de la arqueología televisiva, y en la continuidad de la experiencia live”. (Scolari, 2009)

A modo de reflexión, Scolari (2009) concluye su artículo diciendo: “La televisión se maquilla y, bisturí de por medio, se retoca para parecerse a sus hijas interactivas. Por eso a veces cuesta tanto reconocerla”, dándonos a entender que bajo su perspectiva hay televisión para rato.

3.4 Otras perspectivas sobre el fin de la televisión

Desde sus comienzos, hasta nuestros días la televisión fue cambiando y brindándose a los espectadores de diferentes maneras. En un primer momento, era en torno a ella que se reunía la familia, el punto de encuentro. Luego, esta característica propia de la televisión fue mutando y hoy en día la televisión tradicional compite con nuevos dispositivos y prácticas de consumo de contenidos audiovisuales.

Con niveles de rating mucho más bajos que años anteriores, la televisión tal como la conocemos sigue formando parte de nuestra vida cotidiana, pero su hegemonía comienza a cuestionarse. Hay quienes afirman que ésta tiene fecha de vencimiento, y otros que con entusiasmo afianzan su continuidad.

Al respecto, diversos autores exponen sus posturas respecto al tema. Ignacio Ramonet (2015) dice: “La televisión sigue cambiando rápido. Esencialmente por las nuevas prácticas de acceso a los contenidos audiovisuales que observamos sobre todo entre las jóvenes generaciones. Todos los estudios realizados sobre las nuevas prácticas de uso de la televisión en Estados Unidos y en Europa indican un cambio acelerado. Los jóvenes televidentes pasan del consumo “lineal” de televisión hacia un consumo “en diferido” y “a la carta” en una “segunda pantalla” (computadora, tablet, smartphone). De receptores pasivos, los ciudadanos están pasando a ser, mediante el uso masivo de las redes sociales, “productores-difusores”, o productores-consumidores”.

Reed Hastings, el director de Netflix, ha sido uno de los que adhieren a la idea de la muerte de la televisión: “La televisión lineal habrá desaparecido en 20 años, porque todos los programas estarán disponibles en internet”. (Ramonet, 2015). Por su parte, Vint Cerf, creador de internet, enfatiza: “pronto la mayoría verá la televisión a través de internet, revolución que puede significar el final de los canales tradicionales a favor de nuevos servicios interactivos. El 85% de lo que vemos en televisión está pregrabado”. (Cerf, 2007).

Debido al estado actual, reconocidas cadenas televisivas han creado sus propias plataformas digitales para que el público espectador pueda ver los capítulos ya emitidos de programas, o avances de capítulos siguientes, otros han optado por hacer las emisiones más interactivas, por lo que parte se

emite en la forma de televisión tradicional y, para ver el resto se debe acceder a las plataformas web de los canales que los transmiten.

Desde su perspectiva, Jenkins (2009) señala: "lo que se modifica permanentemente son las tecnologías distributivas, es decir, los soportes para acceder al contenido".

Ramonet (2015), también subraya que "la multiplicación de las nuevas pantallas, ahora nómades (computadores portátiles, tablets, smartphones), han cambiado totalmente las reglas de juego. La televisión está dejando de ser progresivamente una herramienta de masas para convertirse en un medio de comunicación consumido individualmente, a través de diversas plataformas, de manera diferida y personalizada. Esta forma diferida se alimenta en particular en los sitios de replay de los propios canales de televisión que permiten, vía internet, un acceso no lineal a los programas".

Jeffrey Cole, un profesor estadounidense experto en medios, Internet y redes sociales, reafirma que "la televisión se verá cada vez más por la red. En la sociedad conectada la televisión sobrevivirá, pero disminuirá su protagonismo social; mientras que las industrias cinematográfica y musical podrían desvanecerse. El promedio de tiempo consagrado a la televisión pasará de entre 16 a 48 horas a la semana actualmente a 60 horas, dado que la televisión va saliendo de la casa y se podrá ver en todo momento a través de cualquier dispositivo con pantalla con sólo conectarse a internet". (Ramonet, 2015)

Cómo seguirá de ahora en más la historia de la televisión es todo un enigma. Lo que sí es visible es que los nativos digitales le escapan cada vez más a su consumo reemplazándola por nuevas alternativas a su alcance. Dependerá de las estrategias que apliquen los miembros de la industria televisiva para lograr seguir adelante con un negocio que fue exitoso por años y que actualmente se pone en cuestión su continuidad.

Capítulo 4 – Usos de las tecnologías en la vida cotidiana

4.1 Domesticación de las tecnologías

Desde su creación, la perspectiva de la domesticación estuvo asociada al estudio y análisis de las tecnologías de la información y la comunicación. La misma se perfilaba hacia la investigación de los usos y apropiaciones de éstas en el marco de los hogares, poniendo énfasis en las dinámicas cotidianas que generaban su empleo dentro de este ámbito. Lo doméstico se entiende como un mero espacio físico, sino que es también un espacio organizado socialmente, por lo que es pertinente indagar sobre el impacto que las tecnologías tienen en las prácticas y rutinas de la vida cotidiana. Como base

para el estudio desde dicha perspectiva, se utiliza a la etnografía como método de investigación de la vida cotidiana de las audiencias.

En la década del '80, las primeras investigaciones se realizaron en torno al uso y consumo de aparatos como la televisión, el contestador telefónico, y la grabadora de video. La llegada de las consolas de videojuegos y la computadora de escritorio desplazó la atención hacia los nuevos aparatos, y puso de manifiesto las limitaciones del acercamiento para abordar los procesos de domesticación de medios que se consumían también en otros espacios. Actualmente, con el arribo de innovadoras tecnologías cada vez más personalizadas como smartphones, tablets, notebooks diseñadas para ser utilizadas tanto dentro como fuera del hogar, hace evidenciar la necesidad de rever este modelo y la forma de estudiar sus usos y consumos.

En los años '90, Silverstone y Morley visualizan la importancia de utilizar dicho enfoque en el estudio de las maneras de ver televisión. Consideran que esta práctica se encuentra inmersa en el marco de la vida cotidiana; y se centran en indagar cómo las diversas tecnologías de la información y la comunicación adquieren diferentes sentidos, y son usadas de múltiples maneras por los miembros de los hogares, pertenecientes a familias heterogéneas. Al respecto destacan: “necesitamos investigar el modo de ver televisión en sus “ambientes naturales”. Y el “ambiente natural” de la televisión, su espacio privilegiado de consumo, es el hogar. (Silverstone y Morley, 1994)

Becker, Hartmann, Punie y Ward (2006) afirman que “la domesticación, en un sentido tradicional, refiere a la doma de un animal salvaje. En un sentido metafórico podemos observar un proceso de domesticación cuando los usuarios, en una variedad de entornos, son confrontados con nuevas tecnologías. Estas tecnologías extrañas y salvajes deben ser entrenadas en casa; tienen que ser integradas en las estructuras, las rutinas diarias y los valores de los usuarios y sus entornos. En muchos casos, estos son entornos domésticos, en hogares particulares. No se trata sólo de adaptar las tecnologías a las personas, sino también sobre las personas creando un ambiente que está crecientemente mediado por las tecnologías”.

El proceso involucra una serie de actividades tales como apropiación e incorporación a través de las cuales una tecnología es traída desde el ámbito público donde es producida, hasta el ámbito privado donde es consumida.

4.2 La doble articulación de las tecnologías de la comunicación

El enfoque de domesticación toma en consideración el concepto de doble articulación de las tecnologías como objetos materiales y simbólicos. Al respecto Hartmann (2006) señala: “Las dimensiones técnicas están comunicando el significado de la mercancía como objeto, mientras los textos y las comunicaciones de las tecnologías generan los mensajes. La doble articulación por lo tanto enfatiza que el medio está articulado como tecnologías específicas: son tanto objetos como vehículos de mensajes”.

Las tecnologías de la información y la comunicación pertenecen tanto al ámbito privado de los hogares, como a la esfera pública. Es decir, que tanto el aparato tecnológico como el mensaje de los medios están hechos con significados públicos que luego son introducidos dentro de la esfera privada del hogar. Entre ellos hay una influencia mutua. (Becker y Hartmann, 2006)

La primer articulación es la más fácil de comprender, las tecnologías como aparatos y en su función de consumo. La segunda en cambio, refiere a los programas, géneros, narrativas, es decir, a la organización en cuanto a la forma de mirar televisión, junto a quienes, quién elige la programación, es decir, las rutinas diarias respecto a los usos de los medios. (Hartmann, 2006)

Morley (1996) subraya que “la televisión es una tecnología que se articula en virtud de dos series de sentidos. La primera serie está constituida por los sentidos que construyen tanto los productores como los consumidores (y los consumidores en su carácter de productores) para la venta y la compra de todos los objetos y su uso posterior en una manifestación de estilo que constituye la clave que permite a ese consumidor entrar a formar parte de una comunidad o una subcultura. La segunda serie son los sentidos mediatizados, transmitidos por aquellas tecnologías, que están, de manera similar, abierto a la negociación y la transformación.”

Para Hugo Berti (2015): “El desarrollo de las tecnologías digitales, sin embargo, no hace tan sencillo la delimitación de lo que constituye la primer articulación. Entre los objetos tecnológicos que los consumidores apropian, usan, significan, domestican en el ámbito del hogar, se incluyen de manera integrada tanto los soportes físicos como los sistemas blandos que hacen posible la distribución de los contenidos audiovisuales”.

Al evaluar estas consideraciones, podemos visualizar que el hogar resulta, entonces, además de una unidad económica en el sentido tradicional, una economía de significados que provee los recursos para que sus miembros puedan evaluar los objetos, sujetos y acciones que forman la vida social, y a partir de los cuales definen y organizan sus vidas.

4.3 Domesticación de las tecnologías móviles

Aunque inicialmente los estudios de domesticación se enfocaron al consumo de tecnologías en el ámbito doméstico, tales como la televisión, la computadora familiar, el teléfono; la posibilidad de acceso a estos artefactos desde diversos lugares, y la aparición y comercialización masiva de dispositivos móviles, ya sean notebooks, tablets y celulares han obligado a ampliar la perspectiva para poder considerar las prácticas de consumo de los mismos en otros lugares propios de la vida cotidiana.

Helle-Valle y Slette-meas (2008) enfatizan en que lo necesario en este caso es renovar el concepto mismo de domesticación separándolo de su relación con lo privado y lo doméstico, para extender su alcance a contextos no domésticos y posibilitar su aplicación a cualquier tecnología.

Por su parte, Bakardjieva (2006) dice que “las condiciones que sustentaban algunos de los supuestos originales del modelo han cambiado tan radicalmente que demandan ciertas adaptaciones del mismo. En la sociedad actual resulta difícil hablar de un orden moral estable porque los valores y estilos de vida de los hogares y las familias son renegociados continuamente; la separación entre lo público y lo privado es cada vez más imprecisa en la medida en que actividades de trabajo invaden el hogar y conversaciones personales llenan los espacios públicos, y las tecnologías producidas por la

industria y distribuidas por el mercado son vistas más como herramientas que como bienes de consumo, para que la perspectiva de domesticación siga siendo útil en este nuevo contexto”.

Esta conceptualización permite superar las limitaciones de una noción estática del hogar al considerar la dinámica constante de las relaciones entre lo público y lo privado. “En cuanto a la noción tradicional de consumo, al concentrar la atención en el aspecto económico de la producción, hace aparecer al primero como un proceso subordinado. Y la domesticación es consumo desde el punto de vista de los diseñadores, productores y el mercado, pero desde la perspectiva de los usuarios es parte de la vida diaria. Y la vida diaria, como categoría analítica, es más comprensiva que el consumo en la medida que considera un tipo diferente de producción” (Bakardjieva, 2006)

El enfoque de la domesticación interfiere en la creación de hábitos y rutinas en relación a diversas tecnologías de la información y la comunicación, cómo estos se llevan a cabo, y los significados que los usuarios les brindan. Tales actividades pueden desenvolverse en diferentes espacios, de forma que su domesticación deriva en un proceso multisituado que trasciende las fronteras del hogar.

En su opinión, Haddon (2006) señala que sería productivo acompañar el marco clásico de la domesticación junto con otros métodos de análisis, y aconseja incorporar las biografías de los sujetos para poder conocer los cambios en el uso y apropiación de medios y tecnologías en diversas circunstancias de sus vidas; con el propósito de develar las particularidades de cada tecnología y la complejidad de los nuevos contextos de uso.

De esta forma, si se amplía el enfoque para tomar en cuenta el proceso de domesticación de las tecnologías no sólo desde los hogares, sino desde otros espacios, podemos entender el consumo de las mismas como un proceso ligado íntimamente a la producción de sentido en el contexto de la vida cotidiana, y así otorgar mayor capacidad de análisis al modelo, particularmente cuando se aplica el estudio de dispositivos móviles.

4.4 Un nuevo ecosistema de medios

El surgimiento en el ecosistema mediático de nuevos dispositivos y tecnologías de la comunicación está cambiando el panorama que reinaba hace unos años. Las viejas tecnologías como son la televisión, la radio, la prensa, entre otras; se ven obligadas a adaptarse para continuar ejerciendo su papel. Así es como día a día aumentan también las exigencias hacia los espectadores, quienes deben poseer las competencias cognitivas e interpretativas propias de los nativos digitales para poder manejarse en este ecosistema.

Scolari subraya (2008): “El ecosistema mediático está en tensión, nuevas especies comienzan a poblarlo y los sujetos también debemos adaptarnos a este nuevo entorno. En este contexto, la televisión, un medio que, al igual que la prensa, ve con temor cómo las nuevas generaciones lo abandonan a favor de otras experiencias mediáticas, debe transformarse y adaptarse para sobrevivir. En otras palabras, la televisión debe simular lo que no es: un medio interactivo”.

La metáfora ecológica de Scolari (2015), aplicada a los medios, nos brinda dos interpretaciones. Por un lado, la dimensión ambiental de la ecología mediática, que considera que las tecnologías de la comunicación crean espacios que involucran a los usuarios que las usan. Por el otro lado, la dimensión intermedial, que considera a los medios como especies que habitan en un mismo ecosistema mediático y se relacionan. Para englobar tal perspectiva, la frase de McLuhan que argumenta: “Ningún medio adquiere su significado o existencia solo, sino exclusivamente en interacción constante con otros medios” resume brevemente lo que Scolari intenta plasmar en la segunda concepción.

Vemos aparecer en la escena un nuevo tipo de consumo televisivo caracterizado por una recepción fragmentada, ubicua y asincrónica: un programa diferente en cada aparato a la misma hora. Al fragmentarse el consumo televisivo en miles de situaciones individuales, se rompe con el modelo de televisión sincrónica.

Es importante destacar como dicen Livingstone y Das (2010) que cada medio modela los usos y significados de los demás, generando nuevos significados a los viejos. Así podemos ver como los usuarios de las tecnologías de la información y la comunicación comienzan a mutar sus comportamientos, dentro de los hogares, en función tanto de los viejos como de los nuevos dispositivos

debido a la introducción de estos últimos en el ecosistema de vida cotidiana, lo cual es visible tanto en el consumo individual como grupal.

La consolidación de las redes de información globales, los procesos de convergencia y la explosión de nuevos medios y plataformas de comunicación, la aparición de narrativas transmediáticas y la irrupción de un paradigma de la comunicación de muchos a muchos que da fin al broadcasting, la perspectiva de la ecología de los medios se presenta como una referencia fundamental para dar coherencia a dichos procesos. “La ecología de los medios propone temas, conceptos, y preguntas que enriquecen las conversaciones científicas sobre la comunicación digital interactiva” (Scolari, 2015).

4.5 Cultura de la convergencia

Los avances tecnológicos han introducido novedades en diferentes aspectos de la sociedad. La industria del entretenimiento, en general, y la televisión, en particular, no han sido excepciones. La incorporación de internet y los nuevos medios a la vida cotidiana han traído consigo profundas transformaciones, aunque no han sido los únicos factores que han precipitado estos cambios.

Para referirse a dichos cambios, Henry Jenkins (2006) adoptará el término “convergencia” al que definirá como: “el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento”.

Esta circulación de los contenidos mediáticos depende en su gran mayoría de la participación activa de los consumidores. La convergencia representa, de esta manera, un cambio a nivel cultural, que les da iniciativa a los consumidores para salir a la búsqueda de nuevos contenidos y de esta manera poder establecer lazos entre ellos.

Ya desde los años ´90, las industrias del entretenimiento comenzaron a transitar un cambio; autores como Negroponte o Gilder hablaban de la “revolución digital”. Dicha perspectiva presumía que los nuevos medios desplazarían a los viejos. Hoy en día, el paradigma planteado por Jenkins sobre la

“convergencia” anuncia que las nuevas tecnologías entran en relación de una manera cada vez más cercana y fluida.

Ya por 1983, el politólogo Ithiel de Sola Pool proponía el concepto de “convergencia”: “El proceso llamado “convergencia de modos” esta difuminando las líneas entre los medios, incluso entre las comunicaciones entre dos puntos, como el correo, el teléfono, y el telégrafo, y las comunicaciones de masas, como la prensa, la radio, y la televisión. Un solo medio físico (ya se trate de cables o de ondas) puede transmitir servicios que en el pasado se proveían por caminos separados. Inversamente, un servicio provisto en el pasado por un medio determinado (ya sea la radio, la televisión, la prensa o la telefonía) hoy puede ofrecerse por varios medios físicos diferentes. Por consiguiente, se está erosionando la relación de uno a uno que solía existir entre un medio y su uso”. (Ithiel de Sola Pool, 1983 en Jenkins, 2006).

Las nuevas tecnologías han posibilitado que un mismo contenido pueda circular a través de diferentes canales, y ser recepcionado de múltiples formas. La digitalización estableció las condiciones para la convergencia.

“La historia nos enseña que los viejos medios nunca mueren, y ni siquiera se desvanecen. Lo que muere son simplemente las herramientas que utilizamos para acceder al contenido de los medios. Esto es lo que los especialistas en medios llaman “tecnologías de distribución”. Las tecnologías de distribución quedan obsoletas y son reemplazadas; por otra parte, los medios evolucionan” afirma Jenkins (2006).

El contenido de un medio puede cambiar, también puede hacerlo su público, puede ser más o menos popular en determinados momentos. Pero Jenkins (2006) nos dice que una vez que un medio logró instalarse para satisfacer una necesidad humana, perdura en el tiempo: “Cada viejo medio se vio forzado a coexistir con los medios emergentes. Los viejos medios no están siendo desplazados. Antes bien, sus funciones y estatus varían con la introducción de las nuevas tecnologías”

El autor cita en su libro el término “cajas negras” para referirse a una serie de dispositivos que muchos tenemos y a medida que van surgiendo nuevos los usamos cada vez menos o bien los

dejamos en desuso. Algunos de los que menciona son: videocasetera, reproductor de DVD, grabadora digital, equipo de sonidos, consolas de videojuegos; los cuales son acompañados de cintas de vídeos, DVDS y CDS, mandos de juegos, entre otros. También menciona algunas tecnologías portátiles que entraron en desuso tales como blackberrys, ipods, walkman, entre otros. (Jenkins, 2006).

Con estos conceptos, podemos dar cuenta de que la convergencia influye en las industrias, los mercados, y los usuarios consumidores. Lo que demanda tanto una modificación de nuestros hábitos de consumo como una modificación en las maneras de producir. Además, es visible un cambio en la actitud de los consumidores. Si años atrás podíamos considerarlos como pasivos; actualmente nos encontramos ante una nueva actitud de los usuarios, los mismos son activos, están más conectados con las redes, las cadenas y los medios, hacen públicas sus opiniones y demandas.

En este momento de pleno cambio, las empresas mediáticas adoptan diversas estrategias, ante la incertidumbre sobre cómo proceder. Algunas comenzaron a difundir los contenidos televisivos a través de otras plataformas, de manera que crean una especie de televisión interactiva, brindándole al espectador nuevas herramientas para incursionar en el uso tanto de las viejas como de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Con respecto a esta situación, Jenkins (2006) nos propone un nuevo concepto: “*narración transmediática*”: “Se refiere a una nueva estética que ha surgido en respuesta a la convergencia de los medios, que plantea nuevas exigencias a los consumidores y depende de la participación activa de las comunidades de conocimientos,. La narración transmediática es el arte de crear mundos. Para experimentar plenamente cualquier mundo de ficción, los consumidores deben asumir el papel de cazadores y recolectores, persiguiendo fragmentos de la historia a través de los canales mediáticos, intercambiando impresiones con los demás mediante grupos de discusión virtual, y colaborando para garantizar que todo aquel que invierta tiempo y esfuerzo logre una experiencia de entretenimiento más rica. Una historia transmediática se desarrolla a partir de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad. El recorrido por diferentes medios sostiene una profundidad de experiencia que estimula el consumo.”

En este contexto, la industria televisiva se centra cada vez más en comprender a los consumidores que tienen una relación prolongada y un compromiso activo con los contenidos mediáticos, y que demuestran entusiasmo en seguir estos contenidos a través de la televisión por cable y de otras plataformas mediáticas. La atención está puesta en el desenvolvimiento de este tipo de espectadores, que ahora tienen el poder.

A mediados de la década del 2000, la BBC comenzó a digitalizar muchos de sus archivos, haciendo posible el acceso a ellos desde internet. Al respecto su director de Nuevos Medios y Tecnología, Ashley Highfield decía: “El futuro de la televisión puede ser irreconocible a partir de hoy, dejando de definirse sólo por canales lineales de televisión, empaquetados y programados por los ejecutivos de televisión, para pasar a asemejarse más a un caleidoscopio con miles de flujos de contenidos, algunos indistinguibles como auténticos canales. Estos flujos combinarán contenidos y programas de emisoras con contribuciones de nuestros espectadores. En el nivel más simple, las audiencias querrán organizar y reorganizar los contenidos a su manera. Añadirán comentarios a nuestros programas, votarán en ellos, y en general, enredarán con ellos. Pero, en otro nivel, el público querrá crear desde cero estos flujos de imágenes con nuestra ayuda o sin ella. En este polo del espectro se romperá la relación tradicional entre el “monólogo de la emisora” y el “espectador agradecido” “. (Jenkins, 2006)

La convergencia no depende de ningún mecanismo de distribución determinado, si no que representa un cambio: el paso de los contenidos específicos de un medio a los contenidos que fluyen por múltiples canales mediáticos, a la creciente interdependencia de los sistemas de comunicación, a los diversos modos de acceder a los contenidos mediáticos, y a relaciones cada vez más complejas entre los medios corporativos y la cultura participativa.

Tal es así que las industrias mediáticas, están desplegando estrategias basadas en la convergencia, creando múltiples formas de vender contenidos, para fidelizar de esta manera a los consumidores. Lo que tratan de descubrir en este proceso de experimentación es si los espectadores quieren presionar para obtener una mayor participación o sólo quieren continuar con las relaciones tradicionales con los medios de comunicación.

En la actualidad, cuando se pone a disposición de los usuarios una nueva tecnología, diferentes personas y grupos comienzan a experimentar con ella y a buscarles diversos usos. En base a esto, los especialistas en la temática argumentan que la principal razón de que la televisión no pueda seguir funcionando como lo hacía tradicionalmente, es por el hecho de que están perdiendo al público joven, a los nativos digitales. Estos últimos son los que están llevando la televisión hacia nuevos canales más interactivos, haciendo del consumo una práctica en red.

4.6 Ubicuidad de la televisión

Una característica propia de la televisión es que tiene el privilegio de mostrar el mundo en directo y de jugar con la incertidumbre junto al espectador. Se trata de una tensión narrativa que permite al usuario espectador una experiencia diferenciada cuando asiste a los innumerables contenidos televisivos.

Esta experiencia es cada vez más individualizada y acompaña a los consumidores a los espacios donde están o donde pueden potencialmente estar. Actualmente, la televisión insiste en un esfuerzo multimodal de ir junto a sus espectadores para darles lo que pretenden en cualquier momento, en cualquier lugar, y de cualquier género.

Correia (2015) presenta, en este contexto, cuatro desafíos impuestos actualmente a la televisión: el de la creatividad ante el notable cambio de contenidos; el de la convivencia con las redes sociales; el discursivo; y el del modelo de negocio. Son desafíos que tienen en común las potencialidades de Internet y de los dispositivos móviles, ante los cuales la idea de convergencia es necesariamente aplicada a la realidad televisiva con que nos enfrentamos hoy.

Al hablar del concepto de ubicuidad, el mismo no se restringe, únicamente, a la televisión, sino que puede extenderse a la producción audiovisual. Miriam Rossini (2015) considera que es en este contexto de ubicuidad que el audiovisual encuentra un lugar de relieve, en un momento en que cada vez más verificamos que la omnipresencia de las cámaras en el día a día está poblando el ciberespacio con todo tipo de imágenes audiovisuales. Y es esa dualidad que, según la autora, hace de los contenidos audiovisuales una experiencia marcada en nuestra cultura.

La ubicuidad que une a la televisión a los nuevos medios, que la hace atravesar, varios procesos de mutación, la lleva a ser cada vez más vista, en cada vez más soportes más allá del televisor. En suma, la televisión busca estar en todas partes, accesible a todas las audiencias.

Ver televisión nos cambia y, simultáneamente, cambia también nuestra forma de mirarla. Por eso mismo, la televisión de ayer no es la televisión de hoy, a pesar de seguir considerándola como tal. Podemos decir incluso, que esa capacidad de reinventarse constantemente ha sido una de las marcas distintas de la historia de la televisión.

Según Serra (2015) “la transformación de la televisión que está en curso puede ser descripta como una apropiación de la televisión por parte de los dispositivos móviles; multiplicando, por así decir, los aparatos de “televisión”. De esta manera, la apropiación y la migración representan, en el fondo, dos caras de un mismo fenómeno: una especie de difusión viral de la televisión que, rehusándose a “extinguirse”, va invadiendo nuevos “huéspedes””.

Y luego se pregunta qué es lo propio de la televisión, ya que no es obviamente, el aparato, porque hoy podemos ver televisión en múltiples dispositivos; no es el contenido, dado que la televisión es una especie de medio universal, que admite prácticamente todos los contenidos. No es, tampoco, el hogar, ya que hoy se ve televisión en prácticamente todos lados. No es, ni siquiera, el formato audiovisual, ya que también el cine es sonido e imagen en movimiento. Para el autor, la esencia de la televisión es la experiencia colectiva de la ubicuidad, que según sus predicciones, dejará de ser una utopía para llegar a ser perfecta realidad. (Serra, 2015)

La transformación de nuestra experiencia en una experiencia cada vez más individualizada y privatizada fue acompañada por los sucesivos cambios que la televisión ha tenido hasta hoy. Actualmente, la televisión insiste en acompañarnos, en darnos lo que pretendemos en cualquier momento y lugar.

Las tecnologías digitales disponibles en la contemporaneidad abren espacio para la ubicuidad: estar por todas partes al mismo tiempo. La cuestión de la movilidad y la omnipresencia permiten repensar los medios y productos culturales como existiendo en red. Estamos hoy en una cultura totalmente diferente, con una nueva economía y diversas posibilidades tecnológicas abiertas por el

universo digital. Nos encontramos, gracias a internet y sus avances, en la era de la conexión permanente.

Correia (2015) señala que “en la era de la computación ubicua, el dominio público de Internet y la proliferación de ordenadores personales ha impulsado un crecimiento vertiginoso de la red generando así nuevas oportunidades de acceso y de visibilidad. Las tecnologías contemporáneas de comunicación casi cumplieron el sueño de omnipresencia, que es el sueño de hacer que la experiencia vivida se convierta en independiente de los lugares que nuestros cuerpos ocupan en el espacio. Altamente mediatizado desde el punto de vista tecnológico, el escenario contemporáneo se relaciona, más que nunca, con la ubicuidad: estar en todas partes al mismo tiempo.”

Los medios audiovisuales rompen con las barreras del tiempo y del espacio. Por todas partes, el espectador sufre impactos de la producción audiovisual varias veces al día sea a través de la televisión, el cine, Internet o de los anuncios interactivos presentes en el centro comercial, transportes colectivos, estaciones, y toda una infinidad de espacios de acceso público. (Correia, 2015)

El cambio de lo analógico a lo digital en el mundo de la televisión es mucho más que aumentar la amplitud de elección del espectador. Ha desencadenado y permitió la convergencia de las industrias de informática, de telecomunicaciones y televisiva, ahora todas implicadas en el entorno digital que permite interconexiones y transferencias de contenidos entre ellas. Terminó con la división entre televisión e internet trayendo la televisión On Demand a la computadora, al mismo tiempo que permitía la llegada de YouTube a la TV. Las nuevas tecnologías engañan las tradicionales distinciones entre lo público y lo privado, el hogar, el lugar de ocio o de trabajo.

En la era de la ubicuidad proporcionada por los formatos digitales y el masivo alcance de internet, los productos televisivos se encuentran potencialmente en todas partes. Se trata también de una televisión nómada y multiplataforma que esparce su imaginario por diversos escenarios.

Capítulo 5 – Metodología de la investigación

El presente trabajo se propuso explorar los usos y significados de las tecnologías audiovisuales en un contexto de multiplicación de dispositivos tecnológicos de recepción y plataformas de distribución de contenidos.

De tal manera, se analizó la actividad de la audiencia en sus entornos cotidianos, con sus estructuras y rutinas diarias empleando métodos cualitativos como herramientas para la recolección de datos. Se utilizaron técnicas de observación etnográfica y entrevistas biográficas a los miembros del núcleo familiar para determinar desde que pantallas y plataformas consumían contenidos audiovisuales. Además, se visualizaron los desplazamientos que la introducción de nuevos dispositivos producía en los significados y usos que las personas hacían de las viejas tecnologías.

Morley (1996) sostiene que “una acción como la práctica de mirar televisión se debe entender en el interior de la estructura y la dinámica del proceso doméstico de consumo”. “El interés de la

investigación cualitativa está, pues, en elaborar una íntima comprensión de los procesos a través de los cuales las tecnologías de la comunicación, tales como la televisión, adquieren sentido, y de la variedad de prácticas con las cuales se entremezclan. Se trata no solo de medir lo que hacen los diferentes tipos de audiencias, sino también comprender cómo y por qué lo hacen como lo hacen.”

Por su parte Silverstone (1990) dice que “la dificultad está en que la práctica de mirar televisión es, en realidad, una actividad muy compleja que, inevitablemente, aparece mezclada con un registro de otras prácticas domésticas, y sólo se la puede entender adecuadamente en ese contexto. (En Morley, 1996)

Morley y Silverstone (1990) destacan que “si la actividad de mirar televisión es un proceso gobernado por reglas, la primera preocupación del etnógrafo será explicar las reglas que gobiernan y facilitan este proceso”.

Y luego agregan: “Una práctica fenomenológica implica analizar sistemáticamente la actividad de la audiencia en sus ambientes naturales, empleando métodos cualitativos como herramientas para la recolección de información, y dando prioridad a las categorías de análisis derivadas de las propias estructuras conceptuales de los sujetos. Es necesario estudiar las reglas o lógicas, en el uso del comportamiento cotidiano situado para comprender cómo son incorporados y puestos en funcionamiento los diversos medios dentro de los mundos privados. Entender las dinámicas familiares, las estructuras de la vida diaria, y el sistema familiar es precondition para la comprensión del lugar que ocupa la televisión (o cualquier otra tecnología de comunicación)”.

Lull (1988) destaca los particulares requisitos y responsabilidades que atañen a la práctica etnográfica:

- Observar y tomar nota del comportamiento rutinario de todo tipo característico de aquello/s que esté estudiando,
- hacerlo en los ambientes naturales en que esos comportamientos tienen lugar, y

- sacar inferencias cuidadosamente, después de considerar los detalles del comportamiento comunicativo, prestando especial atención a los modos, frecuentemente sutiles, aunque reveladores, en que diferentes aspectos del contexto se informan mutuamente.

“El uso característico que hace la etnografía de múltiples fuentes e información la protege, por lo tanto, de los riesgos de la invalidez ecológica que siempre conlleva cualquier método de investigación que descansa sobre un único tipo de datos, con el peligro de que los descubrimientos puedan resultar método-dependientes. El carácter multifacético de la etnografía, producido por diferentes técnicas (observación, entrevista, reporte de sí mismo, etcétera) que pueden luego ser sistemáticamente comparadas, es una ventaja del enfoque etnográfico.” (Morley y Silverstone, 1990)

Hoy en día, en un contexto de multiplicación de tecnologías audiovisuales, vemos necesario realizar algunos cambios en la forma de abordaje que autores como Lull, Morley, Silverstone, entre otros proponían. Es por eso que tomamos como premisa de este análisis el concepto de ubicuidad de los contenidos audiovisuales.

La ubicuidad que une la televisión a los nuevos medios, que la hace atravesar, varios procesos de mutación, la lleva a ser cada vez más vista, en cada vez más soportes más allá del televisor. En suma, la televisión busca estar en todas partes, accesible a todas las audiencias.

Los dispositivos digitales disponibles en la actualidad abren espacio para la ubicuidad: estar por todas partes al mismo tiempo. En la era de la ubicuidad proporcionada por los formatos digitales y el masivo alcance de internet, los productos televisivos se encuentran potencialmente en todas partes. Se trata también de una televisión nómada y multiplataforma que esparce su imaginario por diversos escenarios.

Por esta razón apoyamos el argumento de Haddon (2006) que señala que sería productivo acompañar el marco clásico de la domesticación junto con otros métodos de análisis, y aconseja incorporar las biografías de los sujetos para poder conocer los cambios en el uso y la apropiación de

medios y tecnologías en diversas circunstancias de sus vidas; con el propósito de develar las particularidades de cada tecnología y la complejidad de los nuevos contextos de uso.

La técnica propia del método biográfico consta de entrevistas y el análisis documental de autobiografías, biografías, narraciones personales, cartas, diarios, fotos, etc.

El método biográfico posee tres vertientes: el *relato de vida*, historia de una vida tal y como la persona que la ha vivido la cuenta; *historia de vida*, estudio de caso referido a una persona determinada, que comprende no solo su relato de vida, sino cualquier otro tipo de información o documentación adicional que permita la reconstrucción de la formas más exhaustiva y objetiva posible; y *biogramas*, registro biográfico de carácter más breve, que suponen la recopilación de una amplia muestra de biografías personales a efectos comparativos.

El enfoque biográfico, a través de la entrevista con protagonistas captura lo microsocial y lo contextualiza históricamente. El uso de la entrevista de tipo etnográfica se asimila a una conversación cotidiana con elementos que se orientan a recabar información que el investigador ha determinado antes. Normalmente, suele realizarse en el contexto de un trabajo de campo en el cual quien investiga se familiariza con las personas que observa y entabla una conversación; teniendo en cuenta que debe incluir en la misma las explicaciones acerca del proyecto y las razones de la entrevista y del registro, preguntas que le permitan comprender el contexto y obtener información sobre los diversos hechos, y aquellas preguntas sobre temáticas que mantienen interesado al entrevistado. (Sautu, 1999)

Dichos métodos nos brindaron las herramientas necesarias para dar cuenta las situaciones que ocurrían en el contexto de los hogares y otros espacios, permitiéndonos evaluar cómo operan las diversas maneras de mirar contenidos audiovisuales en la vida cotidiana.

En términos generales, este estudio apuntó a analizar cómo las personas se comportan tanto dentro como fuera del hogar en relación a los usos y consumos de contenidos audiovisuales desde diferentes pantallas, para determinar el rol que juega la televisión tradicional en la actualidad.

Tomamos como base de la investigación a miembros de cinco hogares, integrados por familias de los sectores de clase media de la ciudad de Rosario y la región. Dicha elección se realizó procurando que hubiera una composición diversa en lo que refiere tanto a la cantidad de miembros como a las características individuales de los mismos. Además, se evaluó que los actores tuvieran acceso a las diversas tecnologías de recepción (televisores, teléfonos móviles con acceso de internet, computadoras, tablets), a las distintas plataformas de distribución (servicio de cable, canales premium, televisión a la carta, servicio de televisión satelital, televisión digital terrestre) y conexión wi-fi, para acceder a la visualización y descarga de textos audiovisuales.

La metodología que se llevó a cabo para realizar el análisis fue: una observación de 4 horas un día de la semana, y otras 4 horas un día del fin de semana en cada uno de los hogares. Se procuró que las observaciones fueran en horarios variados para obtener datos diversos, y también que en alguna de las observaciones estuvieran presentes todos los miembros del hogar. Además, se puso como condición que hubiera una familia con un adulto mayor como integrante, otra con niños, y otra con adolescentes, y que el mínimo de integrantes en el hogar sea de 3 personas.

Durante las observaciones, se buscó recolectar datos sobre:

- Las conversaciones y comentarios referidos a los consumos audiovisuales
- Usos de tecnologías audiovisuales
- Tipo de contenido, cantidad de tiempo y desde qué plataforma de distribución
- Si lo hacían solos o acompañados
- Dónde los consumían
- Si el consumo era grupal, quién seleccionaba el contenido
- Combinación del consumo audiovisual con otras actividades
- Distinción de cuando se estaba haciendo uso de la televisión tradicional, en contraposición con otros contenidos audiovisuales

La ficha de cada familia brinda los siguientes datos: cantidad de integrantes, filiación, ocupación, rutina diaria de cada uno, descripción del hogar, ,qué aparatos electrónicos hay, donde están ubicados, y si son de uso personal quién es el propietario, y el acceso a plataformas de distribución, banda ancha, direct tv, Netflix, flow o tv por cable.

Al finalizar las observaciones, se realizó una entrevista biográfica en profundidad a un miembro de cada familia. Los ejes sobre los que giraba la entrevista fueron los siguientes:

- Validación de los datos registrados en las observaciones.
- Cambios en los hábitos de consumo audiovisual a partir de las innovaciones tecnológicas.
- Prácticas de consumo de contenidos audiovisuales fuera del hogar.
- Reflexiones sobre los significados de la televisión.

Capítulo 6 – Análisis

6.1 Hábitos de consumo de contenidos audiovisuales en el ámbito del hogar

Este trabajo busca responder a la necesidad de estudiar la manera en que las audiencias se exponen a la televisión, y de analizar los modos de interacción con el medio para determinar el rol que ocupa la televisión programada y las plataformas digitales en la actualidad.

La televisión forma parte de nuestra vida diaria, es una práctica cotidiana, rodeada de otras tantas. Esto la hace a veces imperceptible y le otorga gran capacidad de penetración en el hogar.

Debido a la integración tan fuerte de la televisión en la vida cotidiana, es importante conocer qué características individuales o sociales influyen para entender el contexto en que se vive la recepción de

televisión. Debemos tratar de comprender el significado de los diversos usos que las audiencias hacen de la televisión.

Con las innovaciones tecnológicas y la incorporación de múltiples pantallas en el hogar, se ha producido una transformación en los hábitos de consumo de contenidos audiovisuales en las audiencias que repercute y lleva a una nueva configuración del ecosistema mediático.

Ver televisión es un hábito que está integrado a las rutinas diarias dentro del hogar, es por eso que para responder las preguntas sobre cómo, dónde, desde qué dispositivos, en qué espacios y con quienes los usuarios miran televisión se observó las prácticas de consumo de contenidos audiovisuales en los diferentes dispositivos y plataformas digitales.

De esta manera, comienzan a surgir nuevos comportamientos que no solían verse en los primeros estudios etnográficos sobre usos televisivos, que refieren a las negociaciones entre los miembros del hogar, los modos de selección de contenidos, los patrones de consumo por edad y género, los usos del tiempo de ocio, entre otros.

Todos los hogares observados poseían televisión por cable, acceso a internet y a Netflix. Con respecto a los dispositivos disponibles en el hogar todos tenían al menos una computadora y más de un televisor, todos los miembros a excepción de las dos niñas de cinco años poseían celulares, y en sólo un hogar usaban Tablet, que era el hogar con niñas pequeñas (familia 3).

Cuando se observó desde donde miraban los usuarios mayor cantidad de tiempo televisión se pudo determinar que el consumo de la televisión programada convive perfectamente con el uso de la plataforma digital Netflix. Algunos actores con mayor frecuencia en uno que en otro. Los usos de ambos son equitativos sin distinción de género o edad.

La televisión programada generalmente se ve desde el aparato televisor. Sólo un usuario de la familia 1 (Paloma, 23) manifestó mirar desde la notebook, ciertos programas cuando se los pierde en el horario en que lo transmiten.

Cuando los usuarios utilizan la plataforma Netflix, el comportamiento en cuanto a desde qué dispositivo lo realizan varía. Los actores que consumen Netflix dentro de su hogar miran los contenidos que la plataforma ofrece desde el Smart TV, la notebook personal, la computadora o la tablet.

En el hogar 2, Pamela (47) manifestó usar el Smart TV, el celular y la computadora para ver contenidos desde Netflix, mientras que su hija Delfina (19) siempre lo realiza desde el Smart tv.

En el hogar 1, Octavio (21) siempre mira las series desde el televisor. En cambio, Paloma (23) utiliza la notebook, el televisor, y el celular para consumir contenidos en Netflix.

En el hogar 3, Guadalupe y Milagros (5) utilizan la Tablet para ver capítulos de dibujos animados producidos por Netflix.

En los hogares 4 y 5, sus integrantes utilizan el Smart tv para ver contenidos desde Netflix.

- 13:57 hrs – César (61 – familia 5) se va a su dormitorio, se acuesta y pone en Netflix un capítulo de “El Marginal” en el Smart TV.
- 15:15 hrs – Malena (9 – familia 4) prende el televisor del living comedor, pone Netflix y se pone a buscar una película para ver todos juntos.
- 18:50 hrs – Florencia (42 – familia 4) va a su dormitorio, se acuesta, prende la tv y pone un capítulo de “Las chicas del cable” en Netflix.
- 10:00 hrs - Cesar (61) y Adriana (56 – familia 5) estan en su habitación mirando en Netflix, la película “El código enigma” desde el televisor.

En cuanto a los espacios dentro del hogar donde los usuarios miran contenidos audiovisuales, generalmente es en el living comedor, el comedor diario, y el dormitorio.

En el hogar 1, el living comedor es el espacio más utilizado a la hora de mirar televisión.

- 12:05 hrs – Octavio (21) está en el living mirando Tyc Sports, están hablando un grupo de periodistas deportivos, el programa se llama “Sportia”

- 15:42 hrs – Llegan Tomás (25) y su novia Candela al departamento, y pegan un grito de saludo. Se sientan en el sillón del living y en la televisión están pasando la previa del superclásico por la Copa Libertadores Boca – River Plate.

15:55 hrs – Octavio sale de la pieza y se sienta junto a Tomás y Candela en el sillón del living a ver el partido Boca - River.

En el hogar 2, sus integrantes generalmente miran series en sus dormitorios, y en la cocina comedor los programas de interés más general.

- 17 hrs – Pamela (47 – familia 2) está en su dormitorio acostada mirando “Elite”, una serie española nueva de Netflix en el Smart TV.
- 20:40 hrs – Delfina (19 – familia 2) sube a la pieza de sus padres, se acuesta en la cama y pone Netflix en el TV. Empieza un capítulo de “Las chicas del cable”
- 13:57 hrs- Pamela, Victor (48) y Delfina almuerzan y comentan sobre el nivel del espectáculo que Flavio Mendoza despliega. Pamela y Victor fueron en Córdoba a ver “Stravaganza” y le cuentan a Delfina el alto nivel de acróbatas que había.

En el hogar 3, el espacio más frecuentado para consumir contenidos es el comedor diario. Aunque también con frecuencia miran en el living.

- 16:05 hrs – Nora prende el televisor del comedor diario, está puesto canal 3, el programa que están transmitiendo es “Los especialistas del show”, conducido por María del Cerro y Marcelo Polino. Hay una coach de “Showmatch” en el estudio que se defiende de un supuesto plagio en una coreografía.
- 9:30 hrs – Enrique (54) y Nora (54) están desayunando en la mesa del comedor diario. Mientras miran TN. La noticia que están pasando es la desesperada búsqueda de una mujer que cayó al río en la localidad de Tigre. Nora se queja y pregunta cómo es que pueden pasar estas cosas frecuentemente.
- 16:00 hrs - Enrique (54) está en el living, mirando el clásico NOB – Central en canal FOX desde el televisor.

En los hogares 4 y 5, los espacios más elegidos por sus integrantes son el living comedor y el dormitorio.

- 13:57 hrs – César (61 – familia 5) se va a su dormitorio, se acuesta y pone en Netflix un capítulo de “El Marginal” en el Smart TV.
- 18:50 hrs – Florencia (42 – familia 4) va a su dormitorio, se acuesta, prende la tv y pone un capítulo de “Las chicas del cable” en Netflix.
- 18:25 hrs – Lola (11 – familia 4) y Malena (9) siguen merendando, mientras Lola prende el tv y pone en YouTube un video del youtuber “El demente”. *se encuentran en el living comedor*
- 12:10 hrs – Adriana (56 – familia 5) se sienta con César (61) a ver la tv. Estan pasando la historia de vida de un chico que compite en Yudo oriundo de Tandil. *se encuentran en el living*

En cuanto al consumo de contenidos compartido, en los hogares 1 y 2 se observa un consumo predominantemente individual, excepto en los momentos de las comidas. En cambio, en el hogar 3, como hay niños, los integrantes suelen reunirse a mirar programas infantiles o de temáticas de juegos.

- 14: 10 hrs – Paloma (23 – familia 1) se dirige hacia su habitación, apoya el plato en la mesa de luz y enciende su notebook. La posiciona a un costado, mientras se inicia, y comienza a comer su ensalada. Paloma entra a Netflix y comienza a buscar una película para ver en el índice “Aclamados por la crítica”. Mientras sigue almorzando. Paloma se decide a poner “El ciudadano ilustre”, película protagonizada por Oscar Martínez.
- 12:10 hrs – Delfina (19 – familia 2) se acerca a la cocina, corta un pedazo de queso y sube al cuarto de sus padres. Delfina prende el TV y sintoniza Netflix. Comienza a ver un capítulo de “Riverdale”.
- 13:20 hrs – Paloma (23 – familia 1) cambia de canal y pone canal 5. Están dando “telefé noticias”. Mientras pone el mantel y los platos sobre la mesa del living comedor. Paloma ayuda a Octavio (21) a llevar la fuente de Ravioles con crema a la mesa, y comentan sobre la noticia de un asesinato de un travesti en el centro de la ciudad, que están pasando en el noticiero. Luego, llega Tomás (25) y se sienta a comer con ellos.

- 19:20/19:30 hrs – Víctor (48 – familia 2) se sienta a tomar mates con Pamela (47) en la mesa del comedor diario, mientras prende su notebook para pasar los partes diarios. Previo a eso revisa los diarios digitales, mientras conversa con Pamela y le pide que cambie de canal para ver el noticiero de América. .
- 18:35 hrs – Guadalupe y Milagros (5 – familia 3) se acuerdan de que empieza “Pasapalabra”. “Lo miramos siempre juntas y jugamos a los desafíos” – me dice Nora. Guadalupe apaga el televisor del comedor diario, y Milagros deja la Tablet. Las dos se dirigen al sillón del living. Nora (54) prende el televisor del living, y sintonizan “Pasapalabra” en canal 3.

En el hogar 4, no suelen consumir mucha televisión. En la cena, no utilizan el televisor. Cuando lo hacen predomina el consumo individual, aunque los fines de semana sus integrantes se reúnen a ver películas. Las dos adolescentes también se reúnen a ver a videos de los Youtubers.

En la familia 5, se puede observar un consumo compartido en la pareja de Adriana (56) y César (61) cuando miran determinados contenidos. Micaela (25) y Elsa (81) miran contenidos sin compañía.

Las conversaciones en torno a los contenidos televisivos suelen hacerse durante las comidas cuando se reúnen al menos dos integrantes de la familia:

En los hogares 1, 2, 3 y 5, los momentos de las comidas son el momento en que se realizan las conversaciones en torno a los contenidos televisivos. Dialogan sobre las noticias que pasan en los informativos, y a veces de cuestiones más banales sobre personajes que aparecen en la televisión.

- Durante la merienda - 19:50 hrs – Víctor continúa con los partes. Pamela se para y se acerca a la cocina, abre la heladera y saca una bolsita con carne, y realiza una preparación para hacer milanesas. Mientras dialogan sobre la noticia de un asesinato en Tandil que están pasando en el noticiero.
- Durante el almuerzo - 13:20 hrs – Paloma (23 – familia 1) cambia de canal y pone canal 5. Están dando “telefé noticias”. Mientras pone el mantel y los platos sobre la mesa del living comedor.

13:35 hrs – Paloma ayuda a Octavio a llevar la fuente de Raviolos con crema a la mesa, y comentan sobre la noticia de un asesinato de un travesti en el centro de la ciudad, que están pasando en el noticiero.

- Durante el almuerzo - 13:10 hrs – Elsa (81-familia 5) se levanta a buscar un bowl con frutas, y se detiene en el pasillo frente al televisor enojada por la noticia del aumento del transporte urbano de pasajeros.

13:25 hrs – El resto comenta la noticia mientras terminan de almorzar.

- Durante el desayuno - 9:30 hrs – Enrique (54 – familia 3) y Nora (54) están desayunando en la mesa del comedor diario. Mientras miran TN. La noticia que están pasando es la desesperada búsqueda de una mujer que cayó al río en la localidad de Tigre. Nora se queja y pregunta cómo es que pueden pasar estas cosas frecuentemente.

En cambio, en el hogar 4, las conversaciones suelen ser en torno a películas o series que miran en familia.

- 17:57 hrs – Llegan Pablo, Lola (11- familia 4), y Malena (9). Pablo saca el envoltorio del paquete y se sientan a merendar facturas. Entre todos comentan sobre la película que vieron y Florencia cuenta sobre un caso similar que había ocurrido en Argentina hace unos años.

Muchos de los actores realizan alguna otra actividad mientras miran televisión. Generalmente, son las mujeres de la casa con las tareas domésticas o los hombres realizando alguna cuestión laboral o facultativa.

En el hogar 1, Tomás (25) suele mirar tutoriales sobre cursos de Marketing digital, mientras que Paloma (23) muchas veces chequea cuestiones laborales en la notebook mientras tiene el televisor de fondo.

En los hogares 2 y 3, Pamela (47) y Nora (54) suelen tener prendida la televisión como compañía mientras cocinan y limpian su hogar. Nora también prepara las clases para sus alumnos mientras mira televisión.

- 16:12 hrs – Nora (54 – familia 3) se sienta en la mesa con su café y se dispone a realizar unas actividades para sus alumnos. Mientras mira la televisión.

En el hogar 2, Victor todos los días de semana pasa sus partes laborales en la notebook cuando llega a su hogar a la hora de la merienda y mira televisión mientras los realiza.

Adriana (56) del hogar 5 y Florencia (42) del hogar 4, ponen listas de reproducción de YouTube mientras realizan quehaceres domésticos.

- 11:25 hrs – Adriana (56 – familia 5) está en la cocina, haciendo una tarta para el almuerzo y va a buscar a su pieza su notebook. La enchufa y pone play a una lista de videos de canciones de Ricardo Montaner en YouTube. Canta y mira los videoclips mientras cocina.
- 20:17 hrs – Florencia (42 – familia 4) pone en YouTube una lista de reproducción de Shakira, y se dispone a abrir una lata de champiñones, para agregarle a la crema, para los fideos.

En el comportamiento de los actores se observó el uso del celular mientras miran televisión. En algunos casos, también aparece el uso de otros dispositivos como la notebook.

En el hogar 1 y 2, Paloma (23) y Victor (48) utilizan la notebook mientras ven televisión por cuestiones laborales.

Los jóvenes y adolescentes de los hogares 1, 2, y 5 son los que utilizan con más frecuencia el celular mientras consumen contenidos.

- 12:05 hrs – Octavio (21 – familia 1) está en el living mirando Tyc Sports, están hablando un grupo de periodistas deportivos, el programa se llama “Sportia”
12:20 hrs – Octavio chequea su celular, revisa twitter y mira un video de un meme sobre una propaganda vieja de yerba mate. *En la tv, están pasando un resumen de los partidos de futbol local del domingo*
12:32 hrs – cambia de canal a ESPN. Están dando un partido de Tenis (Herbert – Kukunskin)
12:45 hrs – suena su celular. Entabla una conversación con Paloma que le avisa que va a ir a almorzar.

- 10:15 hrs – Micaela (25 – familia 5) sale de la cocina con una bandeja con un café con leche y frutas cortadas, y se dirige a la habitación de sus padres. Sintoniza canal 3, “Los ángeles de la mañana”, están hablando del nuevo romance de Laurita Fernández y Nicolás Cabre.
10:35 hrs – Micaela chequea por what’s app un video inspiracional que le mando su novio *de fondo, el tema de debate cambio en el programa y ahora hablan de “un nuevo hijo de Rodrigo Bueno”*
- 12:15 hrs – Delfina (19 – familia 2) prende el TV y sintoniza Netflix. Comienza a ver un capítulo de “Riverdale”.
12:35 hrs – Delfina pausa la serie, contesta unos whats app y vuelve a poner play.

En las entrevistas, Pamela (46 – familia 2) manifestó tener constantemente el celular en la mano mientras mira televisión. Así como Enrique (54 – familia 4) afirmo interactuar con los grupos de Whats App cuando mira partidos de fútbol.

En el hogar 5, que cuenta con la presencia de un adulto mayor (Elsa -81) puede verse que interactúa más con otros aparatos digitales, y no tanto con el celular. Además el uso que realiza de los dispositivos es individualizado, y no con más de uno a la vez.

Las innovaciones tecnológicas producidas con la aparición de las nuevas plataformas digitales generaron nuevos modos de uso de las tecnologías audiovisuales. El uso de YouTube es uno de estos.

En el hogar 1,4 y 5, Tomás (25), Adriana (56) y Malena (9) utilizan Youtube para mirar videos para capacitarse en diferentes cuestiones. Tomás y Adriana miran los contenidos desde la notebook, mientras que Malena lo hace desde el celular.

También, Florencia (42 – hogar 4) y Adriana (56 – hogar 6) usan la plataforma para ver y escuchar videoclips de diferentes cantantes.

Los adolescentes de la familia 4, Lola (11) y Malena (9) usan YouTube para ver los canales de los Youtubers.

- 18:25 hrs – Lola (11) y Malena siguen merendando, mientras Lola prende el tv y pone en YouTube un video del youtuber “El demente”.

18:55 hrs – Lola y Malena continúan viendo videos del canal “Juega Germán”. El youtuber hace reacciones sobre videos de otros youtubers.

Otro nuevo hábito que realizan los actores es pausar la serie o película que estan viendo y continuarla luego; algo que en la transmisión de televisión programada no se puede realizar:

- 14:05 hrs – Octavio (21 – familia 1) se tira en el sillón, pone Netflix en el televisor y continúa viendo un capítulo ya empezado de “Grey’s Anatomy”
- 16:15 hrs – Lola (11 – familia 1) le pide a Malena que ponga en pausa la película que necesita ir al baño, y se dirige hacia él.

16:22 hrs – Lola regresa y se sienta en el sillón. Malena pone play a la película nuevamente.

6.2 La “televisión” sale del hogar

En la actualidad, nos encontramos en una era donde la ubicuidad proporcionada por los formatos digitales y el masivo alcance de internet hace que los productos televisivos se encuentren potencialmente en todas partes y al alcance de todos. Por lo tanto, mediante la realización de entrevistas biográficas a un miembro de cada familia, se buscó indagar sobre los usos y consumos de contenidos audiovisuales fuera del hogar.

Los actores manifestaron mirar contenidos audiovisuales fuera del hogar. Paloma (23 – familia 1) y Pamela (47 – familia 2) dijeron ver contenidos con mucha frecuencia cuando no estan en su casa. En cambio, Enrique (54 – familia 3), Florencia (42 – familia 4) y Cesar (61- familia 5) miran con menos frecuencia contenidos fuera del hogar, solo cuando les mandan videos o fotos al Whats app.

Con respecto a las situaciones dónde miran contenidos fuera del hogar. Paloma (23 – familia 1) y Florencia (42 – hogar 4) dijeron hacerlo cuando estan libres sin trabajar o sin nada que hacer. Pamela (47 – hogar 2) y Enrique (54 – hogar 3) manifestaron hacerlo cuando tienen un tiempo en la rutina

laboral. Cesar (61 – familia 5) dijo hacerlo circunstancialmente, en algún lugar donde tiene que esperar por alguna razón.

Los lugares donde los actores declararon ver contenidos audiovisuales fuera de su hogar son de lo más diversos. Entre ellos podemos mencionar: la peluquería, el colectivo, la oficina, un bar, en un negocio, y en la estación de servicio.

Los contenidos consumidos por los usuarios desde los dispositivos móviles principalmente son videos enviados por Whats App, videos o fotos de Instagram y Facebook o series de Netflix.

- Cesar (61- familia 5): “Ayer, mientras esperaba en la estación de servicio para cargar nafta al auto. Mire un video de una carrera de perros en Facebook que me pareció muy original”.
- Paloma (23 – familia 1): “Hoy en la peluquería, miraba videos de recetas de inutilísimas en Instagram”

La frecuencia con la que miran contenidos audiovisuales fuera del hogar no es en todos los actores por igual. Paloma (23- hogar 1) y Pamela (47 – hogar 2) afirmaron ver casi todo el tiempo; mientras que Florencia (42 – hogar 4) y Enrique (54-familia 3) lo hacen cuando les envían algo o de a ratos; y Cesar (61 – hogar 5) muy pocas veces.

- Enrique (54 – hogar 3): “Si, los veo cuando me llegan”.
- Pamela (47- hogar 2): “Cuando tengo un tiempo libre de espera, o sin ocupar seguro agarro el celular y miro”

El celular es el dispositivo más utilizado para ver contenidos fuera de la casa. También algunos actores como Pamela (47 – hogar 2) y Paloma (23 - hogar 1) dijeron ver contenidos no sólo en el celular, sino también en la notebook o computadora laboral.

Paloma (23 – hogar 1) fue la única usuario que dijo descargar contenido de la plataforma Netflix para ver cuando viaja. El resto de los usuarios entrevistados declararon no descargar contenidos, si no verlos directamente online.

- Paloma (23 – hogar 1): “Sí, solamente para cuando tengo que viajar en colectivo me descargo los capítulos de la serie que estoy mirando en ese momento de Netflix”.
- Cesar (61-hogar 5): “No, descargar nunca descargo, los busco directamente”.

6.3 Los contenidos que se miran en las diversas pantallas

Según las observaciones y entrevistas realizadas el consumo de contenidos audiovisuales varía en función de si los usuarios están solos o acompañados, si son hombres o mujeres, si lo miran desde un dispositivo u otro.

El género femenino mira en la televisión programada programas de moda, cocina, chimentos, y novelas.

En el hogar 2, Pamela (47) y Delfina (19) miran programas de chimentos como “Incorrectas” conducido por Moria Casán. Lo mismo sucede en el hogar 5 con Micaela (25) que ve “Los ángeles de la mañana” con Ángel de Brito. Nora (54) del hogar 3, se divierte por las tardes mirando “Los especialistas del show” en canal 3.

En el hogar 1, Paloma (23) mira todas las noches “100 días para enamorarse” la novela de la noche de Telefé. Pamela (47 - hogar 2) y Micaela (25 – hogar 5) también mira esta novela.

Elsa (81 – hogar 5) le gusta mirar los programas de cocina de El Gourmet y otros de moda en el canal Home and Health.

Los hombres de los hogares observados miran principalmente deportes. Partidos de fútbol, tenis, básquet, y programas satélites que comentan sobre los partidos y el mundo del deporte.

- 12:05 hrs – Octavio (21 – familia 1) está en el living mirando Tyc Sports, están hablando un grupo de periodistas deportivos, el programa se llama “Sportia”
12:32 hrs – cambia de canal a ESPN. Están dando un partido de Tenis (Herbert – Kukunskin)
- 16:00 hrs - Enrique (54) está en el living, mirando el clásico NOB – Central en canal FOX desde el televisor.

- 11:45 hrs - Cesar se sienta en el living, y cambia de canal a TyC sports, estan transmitiendo el programa “Uno contra uno”, en la tv se ve un partido de básquet de los Chicago Bulls con los New Orleans Pelicans.

El tipo de contenidos consumidos por los actores cuando estan en soledad principalmente son series. También miran solos tutoriales o contenidos en las redes sociales.

En el hogar 1, Paloma (23) y Octavio (21) miran series en soledad. Tomás (25) ve videos de cursos de Marketing digital desde su notebook en su habitación.

En el hogar 2, Pamela (47) y Delfina (19) miran series de Netflix en sus dormitorios. Victor (48) mira programas deportivos y partidos de fútbol en soledad sentado en el sillón del living.

En el hogar 3, Guadalupe y Milagros miran dibujos animados, a veces juntas y a veces en soledad. Nora (54) mira programas de chimentos, y Enrique partidos de fútbol.

En el hogar 4, Malena (9) mira tutoriales y dibujos animados sola. Florencia (42) mira en su habitación series españolas y a veces utiliza las listas de reproducción de YouTube. Lola (11) juega online desde la play.

Adriana (56) del hogar 5, consume mucho YouTube para diferentes usos, a veces mira series. Cesar (61) mira series, programas deportivos y películas. Micaela (25) mira programas de chimentos y series; mientras que Elsa dedica su tiempo a los programas de cocina y moda.

Los contenidos que miran los actores de manera compartida son noticieros principalmente locales (“Telenoche”, “Telefé noticias”, “Antes de salir”, “De 12 a 14”), a veces noticieros que transmiten para todo el país desde Capital Federal (TN, “Buenos días América”, “América noticias”), programas de juegos (“Pasapalabra”), deportes, películas y programas de interés general (“Almorzando con Mirtha Legrand”).

En el hogar 1, el tipo de contenidos que más miran en compañía son los partidos de fútbol y el noticiero local.

- 15:55 hrs – Octavio sale de la pieza y se sienta junto a Tomás y Candela en el sillón del living a ver el partido Boca - River.
- 13:20 hrs – Paloma cambia de canal y pone canal 5. Están dando “telefé noticias”. Mientras pone el mantel y los platos sobre la mesa del living comedor.

13:35 hrs – Paloma ayuda a Octavio a llevar la fuente de Ravioles con crema a la mesa, y comentan sobre la noticia de un asesinato de un travesti en el centro de la ciudad, que están pasando en el noticiero.

En el hogar 2, madre (Pamela - 47) e hija (Delfina – 19) miran juntas “Pasapalabra”, el programa de juegos y los programas de chimentos a la tarde (“Incorrectas”). En las horas de almuerzo y cena miran el noticiero local todos juntos. Y los domingos miran Mirtha Legrand durante el almuerzo.

- 19:20/19:30 hrs – Víctor se sienta a tomar mates con Pamela en la mesa del comedor diario, mientras prende su notebook para pasar los partes diarios. Previo a eso revisa los diarios digitales, mientras conversa con Pamela y le pide que cambie de canal para ver el noticiero de América.
- 18 hrs – Pamela baja al comedor, pone el agua a calentar para hacerse unos mates, y la invita a Delfina a levantar sus cosas y merendar juntas.

Delfina saca de modo silencio el televisor y sintoniza en canal América “Incorrectas”, el programa de Moria Casán. Luego, se levanta, deja sus cuadernillos a un costado, y comienza a hacerse un nesquik. Saca un paquete de galletitas y se sienta con su mamá a merendar.

En el hogar 3, predominan los dibujos animados, ya que viven dos nenas de 5 años. Todos juntos también miran y juegan a los desafíos de “Pasapalabra”. A la noche miran el noticiero local.

- 18:35 hrs – Las nenas se acuerdan de que empieza “Pasapalabra”. “Lo miramos siempre juntas y jugamos a los desafíos” – me dice Nora
- 18:40 hrs – Nora prende el televisor del living, y sintonizan “Pasapalabra” en canal 3
- 12:00 hrs - Guadalupe se sienta junto a su hermana y está comenzando la película “Lluvia de hamburguesas”

En el hogar 4, los fines de semana miran todos juntos películas en Netflix. Lola (11) y Malena (9) también ven juntas videos de youtubers.

- 15:32 hrs – Pablo y Florencia se sientan a ver la película con las nenas
- 15:35 hrs – Malena pone play y comienzan a ver la película
- 18.25 hrs - Lola y Malena siguen merendando, mientras Lola prende el tv y pone en YouTube un video del youtuber “El demente”

En el hogar 5, Adriana y César miran películas juntos. También, miran el noticiero.

- 10:00 hrs – Adriana (56) está sentada junto a César en el sillón del living desayunando con mates y tostadas. Ella lee un libro de Felipe Pigna. Él mira “Buenos días América” en canal América conducido por Antonio Lage.
- 10:00 hrs - Cesar (61) y Adriana (56) estan en su habitación mirando en Netflix, la película “El código enigma”

En Netflix, lo más consumido por los usuarios son las series, y en menor medida las películas.

En el hogar 1, Octavio (21) mira la serie “Grey’s anatomy” y Paloma (23) mira series descargadas de la plataforma cuando viaja y también películas sobre todo los días domingo.

La serie española “Las chicas del cable” es una de las más vistas por las mujeres. Pamela (47 – hogar 2), Delfina (19 – hogar 2), Paloma (23 – hogar 1) y Florencia (42 – hogar 4) la consumen.

Además Pamela (47 – hogar 2) mira “Mar de plástico” otra serie española de la plataforma. Su hija Delfina (19) reparte su tiempo entre “Riverdale”, “El barco”, y “Las chicas del cable”.

En el hogar 3, Guadalupe y milagros (5) ven la serie de “Un jefe en pañales”, algunos capítulos de “Las aventuras del gato con botas”, y películas infantiles. Nora (54) muy de vez en cuando mira alguna serie.

En el hogar 4, Florencia (42) mira series españolas. Lola (11) y Malena (9) utilizan la plataforma para ver películas principalmente del género comedia.

César (61) del hogar 5, mira “El marginal” una serie argentina, y junto a su esposa Adriana (56) suelen ver películas en la plataforma. Les gusta ver películas bélicas. Mientras que Micaela (25) es fiel seguidora de “Breaking Bad”. Elsa con poca frecuencia mira alguna película dramática principalmente en la plataforma.

Los niños consumen los canales Disney Channel y Cartoon Network. Milagros y Guadalupe (5) miran programas como “Patoaventuras”, “Hotel Transilvania”, “Manzana y Cebollín” y “El mundo de Craig”, también ven películas que pasan en la televisión programada como “Lluvia de hamburguesas”. En Netflix ven “Jefe en pañales”, “El gato con botas” y algunas películas de producción de la plataforma.

- 10:55 hrs - Milagros toma el control del tv del comedor diario, y pone Cartoon Network. El programa que están pasando es “Manzana y cebollín”
- 11:43 hrs - La tv del comedor diario transmite un nuevo programa en Cartoon Network “El mundo de Craig” (Milagros continúa mirando)
- 12:00 hrs - Guadalupe se sienta junto a su hermana y está comenzando la película “Lluvia de hamburguesas”

Lola (11 –hogar 4) y Malena (9 – hogar 4) miran dibujitos pero para niños con mayor edad también en Disney Channel: “Las aventuras de Lady Bug” o “Andy Mack”

- 18:05 hrs - Malena prende la televisión y sintoniza Disney Channel – están transmitiendo “Las aventuras de Ladybug”
- 18:10 hrs - Malena sigue viendo Disney Channel, ahora empezó un nuevo programa “Andy Mack”.

En los hogares 1,2, y 5 no hay integrantes que miren este tipo de programas ya que son todos adultos.

Los jóvenes principalmente miran series en Netflix. En la televisión programada consumen los hombres partidos de fútbol, y las mujeres novelas, programas de entretenimiento o chimentos.

Paloma (23 – hogar 1) y Micaela (25 – hogar 5) miran en Telefé “100 días para enamorarse” a la noche. Paloma también mira los sábados “Podemos hablar”; mientras que Micaela dedica sus mañanas libres a ver el programa de chimentos de Ángel de Brito.

Octavio (21 – hogar 1) es el que más dedica tiempo en el hogar 1 a mirar series y programas deportivos. Tomás (25 – hogar 1) lo hace de manera más irregular.

Delfina (19 – hogar 2) mira varias series a la vez, y le gusta mucho “Pasapalabra” y los programas de chimentos como “Incorrectas”.

Desde el celular, los contenidos que más se miran son los que se encuentran en redes sociales, seguido por los videos de YouTube y último Netflix.

Desde la notebook, principalmente los actores la utilizan para ver tutoriales, Netflix y programas ya emitidos que suben a la web.

Desde el TV, principalmente se ve la televisión programada y Netflix.

El uso de la tablet solo se observó en las niñas del hogar 4.

Los actores utilizan YouTube para ver diferentes contenidos: tutoriales, listas de reproducción de música o canales de Youtubers.

Adriana (56 - familia 5), Tomás (25 – familia 1) y Malena (9 – familia 3) lo usan para ver tutoriales.

- 19:25 hrs – Malena se dirige a la pieza de su mamá, agarra su celular y busca un tutorial de maquillaje en YouTube, agarra sus pinturas e imita a la chica del video, mientras se maquilla.
- 13:50 hrs – Adriana enciende a notebook, la apoya en el mesa del comedor diario y busca en YouTube videos de “ecodesign”
- 14:40 hrs – Tomás se dirige a su cuarto, prende su notebook y busca en YouTube unos videos sobre Marketing Digital *previo al inicio del video – anuncio de alamaula.com*

Florencia (42 – hogar 4) y Adriana (56 – hogar 5) utilizan YouTube para escuchar listas de reproducción de artistas que les gustan.

- 11:25 hrs – Adriana está en la cocina, haciendo una tarta para el almuerzo y va a buscar a su pieza su notebook. La enchufa y pone play a una lista de videos de canciones de Ricardo Montaner en YouTube. Canta y mira los videoclips mientras cocina.
- 20:17 hrs – Florencia pone en YouTube una lista de reproducción de Shakira, y se dispone a abrir una lata de champiñones, para agregarle a la crema, para los fideos.

Lola (11 – hogar 4) y Malena (9 – hogar 4) miran desde YouTube los canales de los Youtubers “Juega Germán” y “El Demente”.

- 18:25 hrs - Lola y Malena siguen merendando, mientras Lola prende el tv y pone en YouTube un video del youtuber “El demente”

18:42 hrs – Malena le pide a Lola que ponga el canal del youtuber “Juega Germán”.

6.4 Cambios en los significados de la televisión a través del tiempo

En los últimos años, debido a la llegada de internet, nuevos dispositivos electrónicos, novedosos formatos y la aparición de las plataformas on demand cambió la forma de consumir contenidos audiovisuales.

En la realización de las entrevistas biográficas se buscó indagar cómo este cambio había impactado en los usuarios; cuáles eran sus hábitos de consumo hace unos años y cómo son actualmente; cuánto utilizaban el televisor antes y si se modificó su uso ante la llegada de nuevos

aparatos electrónicos; entre otras preguntas para visualizar los cambios producidos a lo largo del tiempo.

Los actores entrevistados dijeron que antes de la llegada de internet, y las nuevas tecnologías audiovisuales miraban series o películas que alquilaban en los videoclubs, utilizaban en un primer momento la videocasetera para reproducirlos, y años después el DVD.

César (61- hogar 5) y Paloma (23 – hogar 1) manifestaron que durante esos años eran más fieles a los programas diarios de televisión. También dijeron que miraban muchos los programas de películas y series como Warner, TNT, Cinemax y FOX.

Florencia (42-hogar 4) dijo que antes compraba películas truchas para reproducir en el DVD.

Cuando se les pregunto a los actores si el uso que le daban al televisor cambio desde que aparecieron nuevos aparatos electrónicos, Paloma (23 – familia 1) y Pamela (47 – familia 2) expresaron que el celular es el aparato que más utilizan. Cesar (61 – familia 5), Enrique (54 – familia 3), y Florencia (42-familia 4) dijeron usar mucho el televisor, a pesar de utilizar el celular o la computadora.

Con la aparición de Netflix, Paloma (23 – hogar 1) y Pamela (47 – hogar 2) dijeron destinar parte del tiempo que antes destinaban a ver televisión programada a mirar los contenidos que la plataforma ofrece. Florencia (42 – hogar 4) expresó que cuando mira contenidos audiovisuales, generalmente es en Netflix.

- Paloma (23 – hogar 1): “El 80%, 90% de lo que yo miro en televisión es en Netflix. En Tv solo miro 100 días para enamorarse, La voz Argentina o miro a la mañana para ver la temperatura “Antes de salir””.
- Pamela (47- hogar 2):”a la tardecita noche, cuando tengo tiempo para descansar pongo alguna serie en Netflix, preferentemente series españolas. También a la noche miro 100 días para enamorarse y la voz argentina, que son programas que me encantan.”
- Florencia (42 – hogar 4):” Sí, no soy de mirar mucha televisión, pero cuando miro en general es alguna serie o película en Netflix. Ahora estoy viendo “Las chicas del cable”. Veo más Netflix que los canales comunes, también escucho música y veo los videoclips en YouTube.”

Enrique (54 - hogar 3) dijo mirar poco Netflix, y Cesar (61 – hogar 5) manifestó mirar más contenido en la televisión programada que en Netflix.

- Enrique (54 - hogar 3): “No, en mi caso no, miro poco Netflix. En la televisión programada, miro mucho deporte y me gustan los programas políticos.”
- Cesar (61 – hogar 5): “Puede ser, aunque miro mucha televisión, pero si ahora divido el tiempo entre las dos cosas. Yo creo, que es más o menos parejo, pero tal vez todavía sigo mirando más televisión tradicional.”

Los usuarios entrevistados dijeron que con respecto a los cambios en sus hábitos de ver televisión a lo largo del tiempo; antes tenían que esperar a determinados horarios y momentos para ver ciertos programas, que mirar tv era uno de los momentos más esperados para el entretenimiento, y que si se perdían la emisión de un programa no tenían otra posibilidad de verlo. Los televisores eran grandes, y generalmente había uno por hogar. En cambio, hoy en día todo es más inmediato, con la aparición de nuevos dispositivos la atención hacia la televisión fue decreciendo para darle lugar también a nuevas tecnologías y novedosas formas de entretenimiento. El televisor no es el único medio para ver televisión, y no es necesario esperar hasta un determinado horario para ver lo que queremos.

- Paloma (23 – hogar 1): “Y antes los televisores eran el centro de la casa, tenía un televisor de 44 pulgadas, con una caja grande atrás. Y miraba todo el tiempo tv, mi mamá me retaba porque pasaba mucho tiempo delante de él. En cambio hoy en día, le presto menos atención, es más se me rompió ayer el televisor con la tormenta y no le doy mucha relevancia. Si no es porque es Smart tv, casi no le daría uso. Lo que más me molestaría sería no poder ver las series, pero al tener la computadora o el celular no es tan grave.”
- Pamela (47- hogar 2):” Cuando yo era chica mirar televisión se limitaba a las 11 y 17 hrs dibujitos, 19 hrs Combate, El gran chaparral, Falcón Crest, y los programas que me gustaban los esperaba con mucha expectativa porque como eran pocos y podían verse solamente en ese horario, me organizaba para tener libre ese momento del día. Hoy, si me pierdo algún programa lo busco por internet, y lo veo desde el celu o la compu.”

- Enrique (54 - hogar 3): “Y cuando yo era más chico era todo muy lento, eran programas de noticias locales, muy pocas internacionales, contenido acotado. Y hoy con la llegada de internet, todo es más en el momento, y al alcance. Ahora vemos más televisión, porque a partir de la llegada del cable, fue creciendo año a año la cantidad de contenido disponible a través de mayor cantidad de canales.”
- Florencia (42 – hogar 4):” Y antes la forma para entretenernos era más limitada, no teníamos acceso a tantas cosas como tienen los chicos hoy. Entonces mirábamos televisión para divertirnos en horarios que ya se sabían de antemano. Y después cuando no hacíamos eso, salíamos a la calle a jugar con los vecinos. Hoy, con todos los nuevos avances miramos televisión cuando queremos, prendes la televisión y siempre vas a encontrar algo, hay variedad de todo, lo que te guste para entretenerte está ahí.”
- César (61- hogar 5): “Si vos me preguntas a nivel personal, sigue siendo casi igual. Porque yo sigo mirando televisión como siempre. Pero si es verdad que la gente ahora mira menos televisión, Netflix le sacó mucho público. Y creo que ahora hay menos audiencias fijas de los programas, la gente prende el televisor y entre toda la oferta que hay elige que quiere ver, pero cada vez menos las personas siguen una novela o un programa diario.”

Sobre el futuro de la televisión, Paloma (23 – hogar 1) y Pamela (47 – hogar 2) dijeron que los canales no van a ser como los vemos hoy en día y que probablemente el funcionamiento de la televisión sea más parecido a lo que son las plataformas digitales actualmente.

- Paloma (23 – hogar 1): “Es como que yo a veces pienso que no puede haber algo mejor, y siempre sale algo mejor. Creo que la televisión está mutando, muchos canales estan empezando a ser digitales y a crear sus propias plataformas. Por ejemplo, el programa de Pampita es online. Creo que los canales de aire pueden llegar a desaparecer y que tengamos que mirar tv sólo desde las plataformas digitales”.
- Pamela (47 – hogar 2): “La televisión en un futuro no va a estar asociada al televisor, sino que vamos a verla desde cualquier lugar. Los canales van a seguir pero no como lo vemos hoy en día. Van a ser más del estilo del funcionamiento de Netflix”.

Enrique (54 – hogar 3) y Cesar (61 – hogar 5) pusieron en dudas el futuro de la televisión considerando que las nuevas generaciones miran pocos contenidos en ella.

- Enrique (54 – hogar 3): “Y por lo que veo, las nuevas generaciones ven cada vez menos televisión”.
- Cesar (61 – hogar 5): “Yo pongo en dudas el hecho de que en un futuro el formato clásico de la televisión siga vigente. Más que nada porque las generaciones más jóvenes están muy asociadas a internet y poco a la televisión. Yo lo veo en mis hijos, en mis sobrinos que por lo general no miran televisión casi, si series muchas series en Netflix, entonces si la televisión está en manos de estas nuevas generaciones pongo en duda su continuidad, por lo menos en el formato en que la conocemos”.

Florencia (42) del hogar 4, dedujo que en un futuro seguramente va a aparecer algo más novedoso, donde los usuarios podamos armar nuestra propia programación a partir de nuestros gustos.

Capítulo 7 – Conclusiones

Desde sus comienzos, hace 40 años atrás, los autores de los estudios culturales comenzaron a estudiar los procesos de uso y apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito doméstico. Observaban el contexto social en el que se consumían, poniendo atención a las rutinas, dinámicas, y negociaciones que generaban su aparición y empleo dentro del hogar.

Las primeras investigaciones que se llevaron a cabo fueron en torno a tecnologías domésticas como el televisor, el teléfono, y la videocasetera. Luego, con la llegada de la computadora de escritorio y la consola de videojuegos la atención se desplazó hacia los nuevos aparatos y puso de manifiesto las primeras limitaciones del enfoque de “domesticación”.

Actualmente, la llegada de internet y las tecnologías móviles como las notebooks, los celulares, y las tablets que están diseñadas para usarse tanto dentro como fuera del hogar puso de manifiesto la necesidad de examinar la capacidad y eficacia del modelo para abordar los procesos de domesticación en otros espacios más allá del hogar.

“El proceso de domesticación de los dispositivos de recepción de contenidos audiovisuales a través de internet modifica los usos y los significados que tenían en el hogar las plataformas y dispositivos de las “especies” tecnológicas anteriores. Los desplazamientos afectan al consumo de televisión programada, en abierto o de pago, y condenan a la extinción a los dispositivos de consumo de contenidos grabados en cinta o en disco (videograbadoras y reproductoras de DVD).” (Berti, 2016)

La situación se ha modificado de manera tal que se requiere de nuevos conceptos que permitan dar cuenta de esta transformación en el ecosistema de medios. A pesar de ello, este trabajo recurrió al concepto de domesticación, ya que, aún con sus limitaciones, resultó útil para abordar el análisis, adaptando alguno de sus supuestos al nuevo entorno mediático.

En este trabajo se planteó superar las limitaciones de una noción estática del hogar al considerar la dinámica constante de las relaciones entre lo público y lo privado. El enfoque de la domesticación se manifestó en la creación de hábitos y rutinas en relación a las diversas tecnologías de la información y la comunicación, cómo estos se llevaban a cabo, y los significados que los usuarios les otorgaban. Tales actividades se desarrollaban en diferentes espacios pertenecientes tanto a la esfera pública como a la esfera privada; de forma que su domesticación derivó en un proceso multisituado que trascendió las fronteras del hogar.

Para llevar a cabo la investigación se amplió el enfoque para tomar en cuenta el proceso de domesticación de las tecnologías no sólo desde los hogares, sino desde otros espacios. De esta manera, pudimos entender el consumo de las mismas como un proceso ligado íntimamente a la producción de sentido en el contexto de la vida cotidiana, y otorgar mayor capacidad de análisis al modelo.

Durante el transcurso de las observaciones visualizamos el cambio en el ecosistema de medios respecto de hace unos años atrás. La convivencia de las viejas tecnologías como el televisor, la radio, el teléfono, con los nuevos dispositivos emergentes, hace que las primeras se vean en la obligación de adaptarse para poder continuar ejerciendo su rol, y no ser dejadas en el olvido.

Los usuarios también son parte de este cambio, desarrollando competencias cognitivas e interpretativas propias de los nativos digitales que les permitan manejarse en este entorno; comienzan a mutar sus comportamientos, en función tanto de los viejos como de los nuevos dispositivos debido a la introducción de estos últimos en su entorno cotidiano, lo cual es visible tanto en el consumo individual como grupal.

Las nuevas tecnologías emergentes son las que han posibilitado que un mismo contenido pueda circular a través de diferentes canales, y ser recepcionado de múltiples formas. La digitalización estableció las condiciones para la convergencia, y las industrias, los mercados, y los usuarios consumidores tuvieron que adaptarse a este nuevo panorama.

Esta transformación se hizo presente tanto en las maneras de producir de las industrias de entretenimiento como en la forma de consumir de los espectadores. Hoy en día, el usuario tiene una actitud diferente a la de hace un tiempo, hoy está más conectado que nunca con las redes, los medios, y sus cadenas, es participante activo de este nuevo entorno mediático. Hace saber su opinión, lo que le gusta y desea.

En este contexto, la industria televisiva se centra cada vez más en comprender a los consumidores que tienen una relación prolongada y un compromiso activo con los contenidos mediáticos, y que demuestran entusiasmo en seguir estos contenidos a través de la televisión por cable y de otras plataformas mediáticas. La atención está puesta en el desenvolvimiento de este tipo de espectadores, que ahora tienen el poder. Los nativos digitales son los principales protagonistas de que la televisión este trasladándose hacia nuevos canales más interactivos, haciendo del consumo una práctica en red.

Junto a la perspectiva de domesticación se articuló en el presente trabajo el enfoque de la ubicuidad. Este une a la televisión a los nuevos medios, y la hace atravesar, varios procesos de mutación, la lleva a ser cada vez más vista, en cada vez más soportes más allá del televisor. En suma, la televisión busca estar en todas partes, accesible a todas las audiencias. Las nuevas tecnologías engañan las tradicionales distinciones entre lo público y lo privado, el hogar, el lugar de ocio o de trabajo.

7.1 La televisión como compañía

Con frecuencia, la televisión es usada como compañía y sonido de fondo mientras los usuarios realizan otras actividades dentro del hogar. Esta situación se da generalmente cuando las mujeres de la casa están realizando tareas domésticas. En ocasiones, también se presenta como una fuente de información que se escucha solo con atención cuando la tv transmite algo relevante para quién lo está viendo. El resto del tiempo el espectador permanece en atención flotante llevando a cabo otros quehaceres.

Otro aspecto visible en las observaciones es el uso del celular mientras se mira televisión. Los jóvenes y adultos lo trasladan con ellos a donde vayan, y lo sienten como imprescindible. En casi todas las situaciones de consumo audiovisual está presente el celular en la mano del usuario. En algunos casos, la notebook y la tablet también son utilizadas pero en menor medida.

Que los dispositivos estén prendidos sin público espectador, o que sean abandonados por momentos mientras se presta atención a otro aparato, es un fiel reflejo del consumo multipantalla que se hace tan evidente hoy en día.

7.2 Internet y la televisión a la carta

Ante la llegada de internet, y posteriormente, YouTube y Netflix los consumos de contenidos audiovisuales cambiaron. Hoy en día, el consumo de televisión programada convive con el de la televisión a la carta.

Niños, jóvenes y adultos recurren a Netflix para mirar diversidad de contenidos. Los niños miran películas, y programas de televisión infantil que produce la compañía y sólo encuentran en la plataforma. Jóvenes y adultos ven principalmente series, y también películas.

En la actualidad, nos encontramos ante la edad de oro de las series, es decir, un periodo de apogeo de la producción de estas por parte de las compañías que condice con el aumento de consumo de contenidos en las plataformas que se hace visible en los hogares. Españolas, americanas, o argentinas todas son bien recibidas por los espectadores que parecen ver cada vez más este tipo de contenidos. Son consumidas principalmente en los hogares desde el Smart TV, y en ocasiones desde el celular, la notebook o la tablet. Algunos actores también tienen el comportamiento de mirarlas en sus dispositivos móviles cuando se encuentran fuera de su hogar.

YouTube, también es un fenómeno que se encuentra en pleno auge. Las mujeres adultas miran videoclips y escuchan listas de reproducción de música. También es usado para ver tutoriales de diversos temas en todas las edades; y los preadolescentes (franja de 9-11 años) lo utilizan para suscribirse a los canales de diversos youtubers y mirar sus contenidos.

7.3 Decires sobre lo consumido

Los adultos entrevistados justifican en sus discursos sus elecciones de consumo. Explican que el consumo de contenido audiovisual es para ellos un entretenimiento, un pasatiempo, y una forma de informarse. Detallan que desde la llegada de nuevos aparatos electrónicos y plataformas de televisión a la carta su forma de mirar contenidos audiovisuales ha cambiado, y ahora reparten su tiempo entre el consumo en Netflix, YouTube, y los programas propios de la televisión programada.

Explican los cambios que experimentaron en la forma de consumir series y películas hace unos años y como lo hacen ahora. Manifiestan que anteriormente el alquiler de videos en el videoclub era algo usual, que hoy en día ha desaparecido.

Puntualizan que dentro del hogar miran tanto contenidos de la televisión programada como de la televisión a la carta, principalmente desde el televisor. En cambio, cuando se encuentran fuera de sus

casas consumen más contenidos audiovisuales en redes sociales como Whats App, Facebook, o Instagram desde su celular. Pocos son los usuarios que descargan contenido para ver cuando salen de su hogar; los ven desde internet directamente.

Con respecto a los cambios en sus hábitos de ver televisión a lo largo del tiempo antes los usuarios tenían que esperar a determinados horarios y momentos para ver ciertos programas. Mirar tv era uno de los momentos más esperados para el entretenimiento; si se perdían la emisión de un programa no tenían otra posibilidad de verlo; y generalmente había un solo televisor por hogar.

Hoy en día todo es más inmediato, con la aparición de nuevos dispositivos la atención hacia la televisión fue decreciendo para darle lugar también a nuevas tecnologías y novedosas formas de entretenimiento. El televisor no es el único medio para ver televisión, y no es necesario esperar hasta un determinado horario para ver lo que se desea.

7.4 Directo vs grabado

Los contenidos se reparten según sus dispositivos y lenguajes. Por un lado, nos encontramos con el directo que coincidiendo con la teoría de Carlón continuará vivo, ya que tiene como fortaleza la inmediatez que nos permite acceder a los acontecimientos en el momento en que están sucediendo e incitará al público espectador a querer consumirlo esté donde esté.

A pesar de que la inmediatez también sea una característica propia de los nuevos medios digitales, y que éstos podrían en un futuro no muy lejano emitir contenidos audiovisuales en vivo, la televisión continuará siendo uno de los puntos de referencia para el público masivo, donde los usuarios acudirán para ver noticias de la actualidad en vivo, eventos deportivos, finales de mundiales o realities, entre otros.

Ramonet (2015) señala que “los únicos momentos masivos de audiencia en vivo, de sincronización social, que seguirán reuniendo a millones de telespectadores serán los noticieros en caso de actualidad nacional o internacional espectacular (elecciones, catástrofes, atentados, etc.), los grandes eventos deportivos o las finales de juegos de emisiones tipo reality show”.

Por lo tanto podemos afirmar que el directo se seguirá consumiendo en las cómodas pantallas de los hogares, y también gracias a las nuevas tecnologías audiovisuales, cada vez mayor cantidad de personas lo harán desde cualquier lugar a través de las diferentes dispositivos portátiles y diversas plataformas como YouTube, a la cual cada vez se suman más señales que transmiten en vivo sus contenidos.

En el caso de los contenidos grabados, es necesario diferenciar los de media y larga, de los de corta duración. Los de media y larga duración como las series y películas se consumirán principalmente a través de los televisores del hogar, esto se justifica por su calidad de imagen, y por la comodidad del espacio donde están dispuestos. Sin embargo también habrá una minoría, principalmente niños y jóvenes, que los consumirá en pantallas portátiles como tablets o celulares, tanto en situaciones dentro como fuera del hogar.

Con respecto a los contenidos grabados de corta duración, éstos desde hace tiempo han encontrado su lugar en los nuevos medios digitales, aunque también circulan por televisión pero con mucha menos frecuencia. La llegada de los nuevos dispositivos como tablets y smartphones ha expandido el consumo personal de contenidos cortos. Hoy en día, Whats app es la vía principal por donde los usuarios reciben videos, consumen, seleccionan, y reenvían contenidos audiovisuales cortos entre algunos de sus contactos. También se pudo observar el consumo de este tipo de contenidos en los canales de Youtubers por parte de la audiencia preadolescente.

7.5 Las nuevas generaciones y YouTube

Las experiencias de las observaciones de las audiencias en los hogares confirmaron la tendencia de que las nuevas generaciones de consumidores, los más bien llamados “nativos digitales”, son los que centran cada vez más su atención a las innovaciones que se producen en los entornos digitales. Si bien miran programas propios de los canales de la televisión programada, se sienten cada vez más atraídos por estas nuevas propuestas audiovisuales. YouTube es la puerta de entrada a este universo. Búsquedas de contenidos sugeridos por sus pares, canales de youtubers que actualizan sus contenidos casi a diario, y las constantes recomendaciones que les hace la plataforma cada vez que entran a

buscar un nuevo video a partir de sus elecciones previas da como resultado que, a medida que van creciendo estos niños se inclinan cada vez más por este tipo de formatos para consumir contenidos audiovisuales.

7.6 El cambio de la televisión ante la llegada de las nuevas tecnologías al ecosistema mediático, ¿llegó a su fin?

Los cambios constantes que ha enfrentado la televisión, la han convertido en un medio caracterizado por la movilidad, lo cual ha favorecido su permanencia en un ecosistema complejo y cambiante.

La relación entre la televisión y las nuevas tecnologías no resulta tan dicotómica como se cree. Esto se refleja en la forma en que la televisión utiliza las nuevas tecnologías para irse transformando, poniendo a disposición de los usuarios novedosas formas de consumo y plataformas de acceso para que se relacionen con los contenidos.

Scolari (2009) dice que “La tv no está muriendo pero está cambiando”, y así es. A lo largo de los años, la televisión supo tener la capacidad de reinventarse y adaptarse para seguir creando contenidos de interés para las audiencias y mantenerse viva. Por lo tanto, ésta no es una excepción, ella continuará produciendo temas que generen atracción y se repliquen luego en los medios digitales, teniendo una relación recíproca con estos últimos y garantizando su continuidad por varios años más.

En base a las observaciones realizadas podemos decir que el consumo de televisión programada convive perfectamente con el de la televisión a la carta y demás contenidos de plataformas audiovisuales. Si bien, el consumo en estas novedosas plataformas como Netflix y YouTube van ganando cada vez más terreno, también los usuarios siguen siendo fieles a ver programas propios de la televisión programada como son los informativos locales, que les transmiten cierta cercanía y noticias de actualidad sobre su ciudad; concursos y programas de juegos, que reúnen a varios miembros de la familia en torno al televisor; y eventos deportivos, son los géneros que más se consumen en la televisión tradicional.

7.7 Pantallas everywhere

El consumo audiovisual es continuo y permanente. Mirar contenidos es un hábito integrado a las rutinas diarias. Casi no existen momentos del día en que los actores interrumpan su contacto con las tecnologías audiovisuales.

No hay tiempo muerto en la vida de las personas en el que no haya una pantalla. Ella está presente todo el tiempo, ya sea para interactuar en redes sociales o mirar diversos contenidos audiovisuales. Esto se hace notorio sobre todo cuando los usuarios están solos, los mismos completan su tiempo con el uso de alguna pantalla. Leer un libro o escuchar la radio es algo poco usual en los hábitos cotidianos de las familias.

Dentro del hogar, el Smart TV es el aparato más utilizado para ver contenidos audiovisuales. En los hogares, el consumo individual se observa cuando los usuarios miran contenidos en sus habitaciones. La cocina, el living o el comedor son espacios donde el consumo tiende a ser compartido. Durante las comidas se observa que la familia se reúne en torno al televisor, aunque se privilegia la conversación familiar.

Las negociaciones entre los miembros del hogar no son conflictivas. Cuando un integrante tiene el poder sobre el control remoto, y selecciona contenidos que al resto no le interesan, los demás no manifiestan resistencia, si no que utilizan otra tecnología. La distribución en la manera de consumir puede darse en la misma habitación o en cuartos diferentes.

Fuera del hogar, las tecnologías digitales portátiles abren espacio para la ubicuidad. Nuevas formas de acceder y ver contenidos están al alcance de los usuarios. Estamos ante la presencia de una televisión nómada y multiplataforma que nos permite gozar de sus contenidos en cualquier momento y lugar. En estas situaciones, el celular es el dispositivo más usado, aunque también las tablets y notebooks se utilizan con frecuencia.

Cuando los espectadores ven contenidos fuera de sus hogares, se observa un consumo individualizado. Los contenidos elegidos son preferentemente videos que circulan en redes sociales o series. Los jóvenes son el grupo etario más recurrente a este tipo de prácticas.

7.8 La televisión programada sigue viva

La televisión programada sigue formando parte de las rutinas diarias de las familias. Los consumos se basan sobre todo en los informativos locales, novelas de producción nacional, programas de entretenimiento, deportes o realities. Los hombres consumen frecuentemente programas deportivos o partidos; las mujeres son más afines a las novelas y programas de chimentos. Los informativos, programas de entretenimiento y realities son consumidos generalmente en grupo.

En las observaciones se visualizó la importancia de la presencia del informativo local para los usuarios, ya sea para mirar la temperatura, saber lo que sucede en su ciudad, los cortes de rutas, entre otras cuestiones; les brinda cierta cercanía respecto a lo que están mirando. Los concursos también son programas muy elegidos por las familias, que participan y juegan entre los miembros del hogar.

En los infantes, el consumo en la televisión programada también se hace visible en las rutinas diarias cuando ven programación de canales de dibujos animados como Disney Channel y Cartoon Network. Por otra parte, el consumo de canales de cable de nicho, como El Gourmet y Home and Health se mantiene vigente en los hogares pero como algo muy excepcional.

Sobre el futuro de la televisión, hay quienes dicen que no va a estar tan asociada al televisor; que el funcionamiento va a ser más del estilo “a la carta” como Netflix; que no existirá más la grilla de programación y tendremos todo disponible a toda hora; y otros ponen en duda su continuidad en manos de las nuevas generaciones.

De algo estamos seguros la televisión de ayer no es la televisión de hoy, a pesar de continuar considerándola como tal. Es su capacidad de reinventarse constantemente lo que la caracterizó a lo largo del tiempo. Lo propio de la televisión hoy es que nos permite acceder a esa experiencia de verla en cualquier momento y en cualquier lugar. Estamos ante una cultura totalmente diferente, con una nueva economía y diferentes posibilidades tecnológicas abiertas por el universo digital. Nos encontramos, gracias a internet y sus avances, en la era de la conexión permanente.

La televisión no se define por los contenidos que vemos, ni por cómo llega a nosotros, sino por el conjunto de experiencias y prácticas que tenemos asociadas con la actividad de ver televisión.

Basándome en estos argumentos, puedo visualizar que se transformarán notablemente las plataformas, momentos y lugares que propicien la actividad de mirar televisión, pero según las proyecciones que puedo realizar a partir de esta investigación, el hecho seguirá entendiéndose como consumo televisivo.

8. Bibliografía

- ARTOPOULOS, A. (2011) *La sociedad de las cuatro pantallas. Una mirada latinoamericana*. Fundación telefónica. Editorial Ariel.
- BAKARDJIEVA, M. (2006). *Domestication running wild. From the moral economy of the household to the mores of a culture*. En BECKER, T; HARTMANN, M; PUNIE, Y. y WARD, K. (2006), *Domestication of media and technology*. Berkshire. Open University Press.
- BARBERO, J.M. (2000) *Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público. Una pregunta desde la sociedad civil*. Memorias del 5° encuentro iberoamericano del tercer sector. Bogotá.
- BARBERO, J.M. (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Bogotá. Convenio Andrés Bello.

- BAUMAN, Z. (2000) *Modernidad Líquida*. México DF. Fondo de cultura económica.
- BECKER, T; HARTMANN, M; PUNIE, Y. y WARD, K. (2006), *Domestication of media and technology*. Berkshire. Open University Press.
- BERTI, H. – BASABE, L. – SCHIAVONI, E. (2016) *Prácticas y hábitos de consumo de contenidos audiovisuales en hogares con niños*. Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, Nº 1, diciembre 2016. Universidad de La Plata. La Plata – Buenos Aires.
<http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
- BERTI, H. (2015) *Prácticas de consumo de textos audiovisuales en el contexto doméstico a través de distintas tecnologías* – VIII Seminario Regional (Cono sur) ALAIC “Políticas, actores y prácticas de la comunicación: encrucijadas de la investigación en América Latina”.
- BUTLER, J. (1994) *Television: Critical Methods and Applications*. New York. Routledge.
- CASTELLS, M. (2013) *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global*. En <https://www.bbvaopenmind.com/articulo/el-impacto-deinternet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global/>
- CASTELLS, M. (2000) *Globalización, sociedad y política en la era de la Información*. Bitácora Urbano-Territorial, vol. 1, núm. 4 <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4008342.pdf>
- CARLÓN, M.(2009) *¿Autopsia a la televisión? Dispositivo y lenguaje en el fin de una era*. En CARLÓN, M. – SCOLARI, C. (2009) - *El fin de los medios masivos: El comienzo de un debate*. Buenos Aires. La crujía ediciones
- CARLÓN, M. - SCOLARI C. (2009) *El fin de los medios masivos: El comienzo de un debate* Buenos Aires: La crujía ediciones
- CARLÓN, M. (2008) *Sobre el fin de la televisión en Artes y Medios audiovisuales*. Buenos Aires. Editorial La Crujía
- CERF, V. (2007) *Auguran el fin de la tv actual: Entrevista a Vint Cerf*. Clarín. 27 de Agosto <http://edant.clarin.com/diario/2007/08/27/um/m01486700.htm>
- CORREIA, JC. (2015) *Ubicuidad: la próxima revolución televisiva*. En SERRA, P. – SÁ, S.- SOUZA FILHO, W. (2015) *La televisión ubicua*. Covilha. Libros Labcom.

- DE MORAES, D. (2010) *Mutaciones de lo visible, Comunicación y procesos culturales en la era digital*. Buenos Aires. Paidós.
- ECO, U. (1986) *TV: La transparencia perdida. La estrategia de la ilusión*. Biblioteca Omegalfa.
- FERNÁNDEZ PRIETO, E. (2014) *La audiencia social desde la televisión argentina. Tecnología y optimización de las redes sociales*. Revista de estudios para el desarrollo social de la comunicación.
- GALLARDO CAMACHO, J. (2013) *Análisis del fenómeno YouTube: relación con los espectadores y con los generadores de contenidos tradicionales*. Portalcomunicacion.com. http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/77_esp.pdf
- HADDON, L. (2006). *Empirical studies using the domestication framework*. En BECKER, T; HARTMANN, M; PUNIE, Y. y WARD, K. (2006), *Domestication of media and technology*. Berkshire. Open University Press.
- HARTMANN, M. (2006). *The triple articulation of ITCs. Media as technological objects, symbolic environments and individual texts*. En BECKER, T; HARTMANN, M; PUNIE, Y. y WARD, K. (2006), *Domestication of media and technology*. Berkshire. Open University Press.
- HELLE-VALLE, J. y SLETTEMEAS, D. (2008) *ICTs, domestication and language-games: a Wittgensteinian approach to media uses*. New York. New media & society.
- JENKINS, H. (2009) *In a Social Networking World, What's the Future of TV?* En The Huffington Post - http://www.huffingtonpost.com/henry-jenkins/in-a-socialnetworking-wo_b_292014.html
- JENKINS, H. (2006) *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona. Paidós (2008)
- JENKINS, H. (2003) *Transmedia Storytelling, Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*. En MIT Technology Review <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmediastorytelling/>
- KATZ, E. – LAZARSFELD, P. (1955) *Personal Influence: The part played by the people in the flow of mass communication*. New York. The Free Press.
- LIVINGSTONE S. y DAS R. (2010) *Media, Communication and Information Technologies in the European Family. Working report (April 2010)*. Department of Media and Communications, London

School of Economics and Political Science. Family Platform. European Commission's Seventh Framework Programme.

- LULL, J. (1988) *World families watch television*. Sage. Newbury park. CA.
- LULL, J. (1987) *Audiencias, textos y contextos. Critical Studies in mass communication*. En Diálogos de la Comunicación, 1992 - dialogosfelafacs.net
- LULL, J. (1980) *Los usos sociales de la televisión – Investigaciones sobre comunicación humana*.

En

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/635680.pdf>

- LOTZ, A. (2007) *The Television will be revolutionized*. New York. University Press
- MCLUHAN, M. (1964) *Comprender los medios de comunicación, las extensiones del ser humano*. Buenos Aires – Paidós (1996)
- MORLEY, D. (1986) *Family television*. Comedia. Londres.
- MORLEY, D. (1996). *Televisión, Audiencias y Estudios Culturales*. Buenos Aires. Amorrortu editores.
- MORLEY, D. (1992). *Television, audiences and cultural studies*. London. Routledge.
- MORLEY, D. - SILVERSTONE, R. (1993).) *Comunicación y contexto. Perspectivas etnográficas sobre la audiencia de medios*. En JENSEN, K. – JANKOWSKI, N. (1993) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Bosch.
- MORLEY, D. - SILVERSTONE, R. (1990). *Domestic communication. Technologies and meanings*. Media, culture & society.
- NEGROPONTE, N. (1995) *El mundo digital: un futuro que ya ha llegado* - Barcelona Ediciones B (2000)
- PISCITELLI, A. (1998) *Post televisión. Ecología de los medios en la era de internet*. Buenos Aires. Paidós.

- PISCITELLI, A. (1995) *De la centralización a los multimedios interactivos*. Dialnet – Diálogos de comunicación. En <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/41/DE-LA-CENTRALIZACION-A-LOS-MULTIMEDIOS-INTERACTIVOS.pdf>
- RAMONET, I. (2015) *El fin de la televisión de masas*, en *Le Monde diplomatique* <http://www.eldiplo.org/notas-web/el-fin-de-la-television-demasas>
- SAUTU, R. (1999) *El método biográfico - La reconstrucción de la sociedad a partir del testimonio de los actores* (1ª edición). Buenos Aires. Editorial de Belgrano.
- SCOLARI, C. (2015) *Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico*. Quaderns del CAC. Universitat Pompeu Fabra.
- SCOLARI, C. (2013) *Narrativas Transmedia, Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona. Deusto
- SCOLARI, C. (2013) *Evolución de los medios: las relaciones peligrosas* en <http://hipermediaciones.com/2013/04/16/evolucion-de-los-medios-las-relaciones-peligrosas>
- SCOLARI, C. (2012) *Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico* – Quaderns del CAC, Universitat Pompeu Fabra.
- SCOLARI, C. (2009) *This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la tv*. En CARLÓN, M. – SCOLARI, C. (2009) *El fin de los medios masivos: El comienzo de un debate* Buenos Aires. La crujía ediciones.
- SCOLARI, C. (2008) *Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo*. Universidad de Vic - GRUP DE RECERCA D'INTERACCIONS Digitals (GRID).
- SERRA, P. – SÁ, S.- SOUZA FILHO, W. (2015) *La televisión ubicua*. Covilha. Libros Labcom.
- SERRA, P. (2015) *La televisión y la ubicuidad como experiencia*. En SERRA, P. – SÁ, S.- SOUZA FILHO, W. (2015) *La televisión ubicua*. Covilha. Libros Labcom.
- SILVERSTONE, R. (2006). *Domesticating domestication. Reflections on the life of a concept*. En BECKER, T; HARTMANN, M; PUNIE, Y. y WARD, K. (2006), *Domestication of media and technology*. Berkshire. Open University Press.

- SILVERSTONE, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires. Amorrortu Editores.
- SILVERSTONE, R. (2002). *Complicity and collusion in the mediation of everyday life*. New York. New Literary History.
- SILVERSTONE, R. - HADDON, L. (1996) *Design and the domestication of information and communication technologies: Technical change and everyday life*. En Silverstone, R. – Mansell, R. (Eds.), *Communication by design. The politics of information and communication technologies*. Oxford. Oxford University Press.
- SILVERSTONE, R. (1994). *Television and Everyday Life*. London. Routledge.
- SILVERSTONE, R. (1993) *Time, information and communication technologies and the household*. New York. Time and society.
- SILVERSTONE, R., HIRSCH, E. & MORLEY, D. (1992). *Information and communication technologies and the moral economy of the household*. London. Routledge. . En Silverstone, R. – Hirsch, E. (Eds.), *Consuming technologies. Media and information in domestic spaces*.
- SILVERSTONE, R. - HIRSCH, E. (1992). *Consuming technologies. Media and information in domestic spaces*. London. Routledge.
- SILVERSTONE, R. (1990) *Televisión and everyday life: towards an anthropology of the televisión audience*. En Marjorie Ferguson (ed): *Public Communication: the new imperatives*. SAGE publications. Londres.
- TUBELLA, I., TABERNERO, C. y DWYER, V. (2008) *Internet y televisión: La guerra de las pantallas*. En Vol.10 – No.3 – REVISTA DE COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍAS EMERGENTES. Madrid.
- VAN DIJCK, J. (2007) *Mediated Memories in the Digital Age*. Stanford, CA. Stanford University Press.
- VAN DIJCK, J. (2009) *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. New York. Oxford University Press.

- VARELA, M. (2011) *Historia de la Televisión Argentina (I). Técnica, cultura y política en la historia de los medios* – *Herramientas de la red de historia de los medios*, CABA.
- VARELA, M. (2009) *El miraba Televisión, YouTube la dinámica del cambio en los medios, en El fin de los medios masivos*, Buenos Aires, La crujía ediciones.
- VARELA, M. (2005) *La Televisión criolla, Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna 1951-1969*, Buenos Aires, Edhasa.
- VARELA, M. (1999) *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Buenos Aires, Eudeba.
- VERÓN, E. (2013) *La semiosis social 2, Ideas, momentos, interpretantes*, Buenos Aires - Paidós
- VERÓN, E. (2013) *Internet es el golpe de gracia de la TV* - Diario Clarín https://www.clarin.com/ideas/eliseo-veron-la-semiosissocial-2_0_SJG58WQoPmx.html
- VERÓN, E. (2009) *El fin de la historia de un mueble*. En CARLÓN, M. – SCOLARI, C. (2009) *El fin de los medios masivos: El comienzo de un debate*. Buenos Aires. La crujía ediciones.
- VERÓN, E. (2008) *La televisión, ese fenómeno “masivo” que conocimos está condenada a desaparecer. Entrevista por Carlos Scolari y Paolo Bertetti*. Revista Alambre. Comunicación, información y cultura. Buenos Aires. Número 1.
- WILLIAMS, R. (1974) *Televisión: tecnología y forma cultural*, Buenos Aires, Paidós (2011).
- WILLIAMS, R. (1958) *Culture and Society, 1780-1950*, New York. Columbia University Press (2001)

9. Anexo

9.1 Fichas de las familias observadas

o Familia 1

3 integrantes

Tomás - Hermano (25) – Empleado en una casa de decoración y estudiante de la Licenciatura en comunicación social

Paloma - Hermana (23) – Empleada de Unilever

Octavio - Hermano (21) – Estudiante de medicina

Rutina diaria de los integrantes

Paloma: de lunes a viernes se levanta 7:15, desayuna mientras mira en canal 3 el programa “Antes de salir” para ver que ropa se pone, cómo está el clima, si tiene que viajar a algún lado ver el estado de las rutas, y alrededor de las 8:00 8:15, arranca a trabajar hasta las 12:30, 12:45. A veces almuerza en su casa, y otras en un restaurant depende de donde se encuentre. A las 14 hrs vuelve a arrancar hasta las 17 17:30 hrs, donde finaliza su jornada laboral. Por lo general si esta en Rosario, vuelve a su casa, si es que no está en alguna localidad que le toco viajar y tipo 19 hrs va al gimnasio. Trata de ir 3 veces por semana. Vuelve 20:30, cena, y se acuesta alrededor de las 23:00. Mientras cena mira series o 100 días para enamorarse. Cuando almuerza mira series. Los viernes suele hacer “work at home”, entonces a la tarde ordena la casa, y suele cenar con amigos.

Tomás: se despierta usualmente a las 7, 7:15. A veces desayuna, a veces no. Generalmente mira algún programa de noticias local, en canal 3 o canal 5 para ver el clima y demás cuestiones. Trabaja desde las 8:30 hasta las 13:30. Cuando regresa entre las 14 y 15 hrs se toma su tiempo para almorzar tranquilo. A partir de esa hora se pone a estudiar, y leer diarios. Y a las 17 hrs se va a cursar hasta las 20 hrs generalmente, algunos días varían los horarios, por ejemplo los lunes, martes y jueves de 17 a 19 y los miércoles de 19 a 20.30. Los viernes no cursa y los dedica al estudio. Va al gimnasio tres veces por semana, en el horario de las 21 hrs hasta las 22:30. Antes de irse a dormir suele mirar series en Netflix.

Octavio: se levanta los lunes, martes y jueves a las 7, desayuna y mira un poco la TV en general deportes, y se va a la universidad. Cursa los lunes, dos horas y media; los martes 3 horas; y los jueves 6 hrs. Cuando llega a su casa después de cursar, suele mirar TV o series. A las 18:30, 19 hrs revisa que hay de comer, si cocina para él solamente o para sus hermanos también. Y depende el día se suele juntar a la tardecita con su novia, sus amigos o a veces va al gimnasio o sale a correr. Los miércoles y viernes, que no cursa trata de levantarse entre las 8 y 8:30 hrs.

Descripción del hogar

Departamento de dos dormitorios, un living comedor y un baño. Todo en una sola planta.

Los dos hombres duermen juntos en una habitación y la mujer en otra.

Aparatos electrónicos que hay en el hogar

- 2 Televisores (uno en el living y otro en la pieza de la mujer)
- 3 Notebook (una de cada integrante)
- 3 Smartphones (uno de cada uno)

Acceso a plataformas de distribución

- TV por cable – Cablevisión
- Netflix
- Banda ancha

o Familia 2

3 integrantes

Víctor – Padre (48) – Visitador Médico

Pamela – Madre (47) – Ejecutiva de cuentas

Delfina – Hija (19) – Estudiante de Administración de empresas

Rutina diaria de los integrantes

Víctor: Se levanta a las 6:15, se baña, desayuna con su esposa y su hija. Lleva a su hija a la facultad; y comienza su día de trabajo en distintas instituciones médicas, visitando un promedio de 15 médicos por día. Al mediodía depende de donde esté para en algún bar a comer algo, y sigue su jornada hasta las 19

hrs. Vuelve a su casa, toma unos mates con su esposa, y pasa desde la notebook, los partes diarios en la página de su trabajo. A veces mira los diarios en internet y chequea sus mails. Luego cenan en familia, y antes de dormir mira algo de televisión.

Pamela: Se despierta a las 6:30, y prepara el desayuno para toda la familia. Sintoniza canal 3 para ver el clima. Como hay días que trabaja de mañana y otros de tarde; los días que trabaja de tarde, por la mañana limpia su casa, hace mandados y trámites, y a la tarde va a trabajar hasta las 19 hrs. En cambio, los días que trabaja a la mañana, a las 9 hrs va a la oficina hasta las 14 hrs, regresa, almuerza y a la tarde descansa, mira series, hace algún trabajo doméstico, y luego va al gimnasio. A la noche cocina para todos, y luego se acuesta a ver televisión antes de dormir. Lunes y miércoles trabaja a la mañana. Martes, jueves y viernes a la tarde. Los sábados trabaja todo el día.

Delfina: se levanta 6:30, desayuna con sus padres. Su papá la lleva a la facultad. Cursa todos los días de 8:00 a 13:30 hrs. Luego vuelve a su casa en colectivo, a veces cocina si su mamá no está y almuerza. Duerme la siesta y cuando se levanta lee o hace ejercicios de la facultad. Merienda y se va al gimnasio o a correr alrededor de las 19. Vuelve, se baña, y hay veces que cena con sus padres, y otras en lo del novio.

Descripción del hogar

Casa de dos plantas. En planta baja: cocina comedor, lavadero, depósito, baño, living. En el exterior hay una cochera y galería. En planta alta: 2 baños y 3 dormitorios, uno de los padres, otro de la hija y uno funciona como escritorio.

Aparatos electrónicos que hay en el hogar

4 televisores (uno en la cocina comedor, uno en cada pieza (2), y uno en el living)

3 smartphones (uno de cada integrante)

1 computadora fija (en escritorio)

1 notebook

Acceso a plataformas de distribución

- TV por cable – Cablevisión – Cablevisión On demand
- Netflix
- Banda ancha

o Familia 3

4 integrantes

Nora – madre (54) – maestra jardinera

Enrique – padre (54) – arquitecto

Milagros – hija (5) – en preescolar

Guadalupe – hija (5) – en preescolar

Rutina diaria de los integrantes

Nora: se despierta 6:30, despierta a las mellizas, las ayuda a vestirse, desayuna junto a su familia, y luego su marido las lleva a ella y sus dos hijas al colegio donde ella trabaja y las nenas asisten. Generalmente trabaja de 8 a 12:30. Algunos días le toca quedarse hasta las 14 hrs supervisando el almuerzo de los alumnos que hacen horario extendido en el comedor. Luego, vuelve en colectivo a su casa con sus dos hijas, prepara el almuerzo para las tres. Después mira un rato de televisión o duerme una siesta. Prepara las clases para el día siguiente. Martes y viernes lleva a natación a las nenas por la tarde a las 19 hrs, y cuando vuelven cocina, cenan en familia, se baña y se acuesta a dormir.

Enrique: se levanta a las 6:30, desayuna en familia, y lleva a sus hijas y su esposa al colegio que trabaja y asisten. Luego hace el recorrido por las distintas obras que tiene a cargo. Realiza compra de insumos y trámites referidos a su profesión. Generalmente hace un corte al mediodía, y va a lo de su mamá a almorzar, para luego seguir la jornada laboral. Alrededor de las 17, 18 horas vuelve a su casa, disfruta de una merienda en familia, y charlan sobre cómo les fue en el día. Muchas veces sale a comprar algunos productos para el hogar, otras usa la pc para proyectar. Se baña, cena y se acuesta. Algunas veces mira TV antes de dormir.

Guadalupe y Milagros: las despierta su mamá 6.30, desayunan con sus papás, que las llevan al jardín. Entran a las 8 hasta las 12. Luego se vuelven con su mamá a su casa, almuerzan con ella, y duermen una siesta. Cuando se levantan suelen pintar cuentos para colorear, hacer algunas manualidades, otras veces miran televisión, y los martes y viernes van a natación por la tarde. Antes de cenar, su mamá las manda a bañarse, y ponerse el pijama, miran un rato de televisión antes de comer, y luego cenan y se acuestan a dormir alrededor de las 22:30 hrs.

Descripción del hogar

Casa de dos plantas. En planta baja: cocina, comedor diario, living, escritorio, tres baños, dos dormitorios (uno de los padres, y otro de las nenas), cochera, lavadero y depósito. En planta alta: un playroom.

Aparatos electrónicos que hay en el hogar

3 televisores (uno en el comedor diario, otro en el living, otro en la pieza de los padres)

2 celulares (de padre y madre)

1 Tablet (propiedad de las mellizas)

1 computadora fija (en el escritorio)

1 notebook (propiedad de Enrique)

Acceso a plataformas de distribución.

- TV por cable – Cablehogar
- Netflix
- Banda ancha

o Familia 4

3 integrantes

Florencia – madre (42) – Empleada en fábrica de pastas

Lola – hija (11) – estudiante

Malena- hija (9) – estudiante

Rutina diaria de los integrantes

Florencia: se levanta a las 6, desayuna y se va trabajar hasta aproximadamente las 14 hrs. Trabaja en la fábrica de pastas de su papá. Si hay mucho trabajo algunos días también va a la tarde. Cuando vuelve a su casa, las nenas están en la escuela, almuerza algo sencillo, y se acuesta a dormir una hora de siesta. Cuando se levanta, aprovecha para limpiar la casa, poner ropa a lavar. Los lunes, martes y jueves va a buscar a las nenas al colegio a las 17:20. Miércoles y viernes las busca por acrobacia a las 20:00. Después cocina, cenar, lava los platos y a veces ven algo de televisión las tres juntas antes de dormir.

Lola: se levanta con su hermana a las 9:30 para abrirle a Pilar, la señora que ayuda a Florencia con las tareas del hogar. Desayuna, se baña, y se pone a hacer la tarea para ese día o estudiar. Al mediodía almuerzan la comida que les cocina Pilar, que después a las 12:30 las lleva a ella y a su hermana caminando a la escuela. Entra al colegio a las 12:45 hasta las 17:20. Lunes, martes y jueves su mamá las busca y por lo general llega a su casa, merienda y se va a jugar a la play online con otros amigos hasta la hora de la cena. Miércoles y viernes cuando sale de la escuela se va caminando con su hermana al club, la espera una hora a que ella haga danza y después de 18:30 a 20 ambas hacen acrobacia, y luego su mamá las retira. Cena y después de cenar suelen mirar algo de televisión las tres antes de dormir.

Malena: amanece 9:30 junto a su hermana, se baña y desayuna. Luego se pone a hacer la tarea. Almuerza junto a Pilar y Lola, y a las 12:30 se van para la escuela. Entra 12:45 y sale 17:20. Miércoles y viernes se va con Lola al club caminando, ella primero hace danza de 17:30 a 18:30, y después hace acrobacia junto a su hermana de 18:30 a 20:00 hrs. Lunes, martes y jueves, su mamá las busca por la escuela, llega merienda y suele mirar videos de maquillaje o practicar nuevas coreografías de danza hasta la hora de cenar. Luego de cenar, a veces miran televisión. Alrededor de las 23 se acuesta a dormir.

Descripción del hogar

Departamento de dos dormitorios (uno de la madre y otro de las hijas), cocina, living comedor y un baño.

Aparatos electrónicos que hay en el hogar

3 televisores (uno en el living comedor, otro en la pieza de las nenas y otro en el dormitorio de la madre)

1 notebook (de las tres)

3 celulares (uno de cada integrante)

Acceso a plataformas de distribución

- TV por cable – Cablevisión
- Banda ancha
- Netflix

o **Familia 5**

3 integrantes

Adriana – madre (56) - docente de chicos con capacidades diferentes, recientemente jubilada

Cesar – padre (61) – profesor de educación física, actualmente jubilado

Micaela – hija (25) – Licenciada en nutrición

Elsa (81) – abuela/madre de Adriana – jubilada

Rutina diaria de los integrantes

Adriana: recientemente jubilada, y disponiendo de más tiempo duerme sin alarma y se levanta por lo general alrededor de las 9, 10 de la mañana, desayuna leyendo. Luego, si tiene que hacer algún mandado o compra del hogar sale a hacerlo; a veces cocina ella y otras su mamá. Almuerzan en familia, y después de comer suele mirar videos de paisajismo. Martes y jueves asiste a un curso de paisajismo por la tarde. Algunas tardes mira series o películas en Netflix, le gusta el cine europeo. Si tiene ganas duerme un rato la siesta también. Se baña a la tardecita, y prepara la cena. Después de cenar, por lo general vuelve a mirar un rato series o películas y luego se va a dormir, pero sin un horario fijo.

César: se levanta a la hora que se despierta, no usa alarma, pero por lo general es alrededor de las 9:30 hrs. Desayuna mientras mira Buenos Días América para informarse de las noticias del país. Lunes y miércoles tiene curso de italiano por la mañana. Al mediodía almuerza con su familia, y antes de dormir la siesta mira un capítulo de alguna serie. Después de la siesta, le gusta sentarse con unos mates y un libro para leer. A la tardecita por lo general sale a correr, después vuelve se baña, cenar, y generalmente mira programas de interés político antes de dormir.

Micaela: lunes, miércoles, viernes y domingo, se levanta a las 5 am, y se va a tomar el colectivo a Ipam que es donde trabaja, de 6 am a 14 hrs. Cuando llega a su trabajo desayuna, y luego se dispone a realizar su trabajo. Alrededor de las 13 hrs almuerza la comida que le dan en el hospital, y a las 14 emprende regreso a su casa. Excepto los domingos que almuerza en su casa con la familia. Cuando llega duerme una siesta. Luego merienda viendo alguna serie. Algunas tardes va al gimnasio, y en general luego se ve con su novio, que va a cenar a su casa. Juntos después de cenar también miran alguna serie o película en Netflix. Los martes, jueves y sábados, se levanta sin alarma, desayuna, suele mirar algún magazine en la televisión, almuerza temprano y a las 13 hrs se va a tomar el colectivo para irse a trabajar de 14 a 22 hrs, luego su novio la busca y generalmente duerme en casa de él.

Elsa: Se levanta alrededor de las 8:30, porque se acuesta temprano. Desayuna, limpia un poco la casa, pone ropa a lavar y plancha, va a hacer los mandados para comprar lo que haga falta, y cuando vuelve depende de si lo hace ella o su hija cocina para almorzar. Después de almorzar duerme la siesta. Lunes y

miércoles va a yoga a las 16 hrs, los martes a la mañana va Silvia la profesora de computación a su casa a enseñarle y los jueves asiste a un taller de la memoria cerca de su casa a las 16:30 hrs, y Los viernes es su único día sin actividades. Cuando regresa merienda, se baña, y hay tardes que juega a la sopa de letras y otras que se reúne con su amiga Clara. Luego cena, y antes de dormir mira un poco de televisión.

Descripción del hogar

Casa de una planta. Tres dormitorios (uno de Micaela, otro de Elsa, otro de Adriana y César), un baño, cocina comedor, living, galería techada y patio.

Aparatos electrónicos que hay en el hogar

2 televisores (uno en el living y otro en la habitación de Adriana y César)

2 Notebook (una de Adriana y otra de Micaela)

4 celulares (uno de cada integrante)

1 computadora fija (en la pieza de Elsa)

Acceso a plataformas de distribución

- TV por cable – Cablevisión – On demand
- Banda ancha
- Netflix

9.2 Informe de observaciones de las familias seleccionadas en relación a los usos y consumos de contenidos audiovisuales a través de diferentes tecnologías en el hogar

o Familia 2

Día y horario de observación: miércoles 7/11/2018 de 17:00 a 21:00 hrs

17 hrs – Pamela (47) está en su dormitorio acostada mirando “Elite”, una serie española nueva de Netflix en el Smart TV.

- Mientras tanto Delfina (19) está en la planta baja, en el comedor diario realizando ejercicios contables con la tv de fondo en mudo. En canal 3 están pasando “El gran premio de la cocina”. Cada tanto chequea su celular.

18 hrs – Pamela baja al comedor, pone el agua a calentar para hacerse unos mates, y la invita a Delfina a levantar sus cosas y merendar juntas. *Revisa su celular*

- Delfina saca de modo silencio el televisor y sintoniza en canal América “Incorrectas”, el programa de Moria Casán. Luego, se levanta, deja sus cuadernillos a un costado, y comienza a hacerse un nesquick. Saca un paquete de galletitas y se sienta con su mamá a merendar.

18:15 hrs – Ambas dialogan sobre los exámenes que Delfina rinde la semana próxima. *de fondo pasan la publicidad del programa “Pamela a la tarde”

18:25 hrs – Pamela agarra el control remoto y cambia a canal 3 para mirar “pasapalabra”

- Con Delfina se ponen a jugar a los desafíos del programa

18:45 hrs – Delfina saluda a su mamá y se va al gimnasio

- Pamela se queda jugando a Pasapalabra. Mientras acaricia a su gato.

19:15 hrs – Llega Victor (48) * de fondo el reporte del clima de canal 3*

- Pamela lo saluda y se para a calentar agua nuevamente para el mate. Revisa su celular, y mira un video de una receta en Instagram.

19:20/19:30 hrs – Víctor se sienta a tomar mates con Pamela en la mesa del comedor diario, mientras prende su notebook para pasar los partes diarios. Previo a eso revisa los diarios digitales, mientras conversa con Pamela y le pide que cambie de canal para ver el noticiero de América.

19:50 hrs – Víctor continúa con los partes. Pamela se para y se acerca a la cocina, abre la heladera y saca una bolsita con carne, y realiza una preparación para hacer milanesas. Mientras dialogan sobre la noticia de un asesinato en Tandil que están pasando en el noticiero.

20:15 hrs – Suena el teléfono. Víctor atiende y se pone a hablar.

- Pamela pone en mudo el tv, para que Víctor escuche mejor. *en la tv sigue transmitiendo el noticiero*

20:25 hrs – Víctor cuelga el teléfono, y charlan con Pamela sobre la conversación.

- Pamela reactiva el sonido, y cambia de canal al noticiero de canal 3 “telenoche”

20:35 hrs – Llega Delfina, saluda a sus papás, y dialogan sobre cómo le fue.

20:40 hrs – Delfina sube a la pieza de sus padres, se acuesta en la cama y pone Netflix. Empieza un capítulo de “Las chicas del cable”

20:50 hrs – Víctor entra al escritorio y chequea desde la computadora fija los mails del correo de la casa.

- Pamela pone la mesa, mientras mira “telenoche”

o **Familia 1**

Día y horario de observación: lunes 5/11/2018 de 12:00 a 16:00 hrs

12:05 hrs – Octavio (21) está mirando Tyc Sports, están hablando un grupo de periodistas deportivos, el programa se llama “Sportia”

12:20 hrs – Octavio chequea su celular, revisa twitter y mira un video de un meme sobre una propaganda vieja de yerba mate. *En la tv, están pasando un resumen de los partidos de futbol local del domingo*

12:32 hrs – cambia de canal a ESPN. Están dando un partido de Tenis (Herbert – Kukunskin)

12:45 hrs – suena su celular. Entabla una conversación con Paloma que le avisa que va a ir a almorzar.

12:55 hrs – se va a la cocina a preparar el almuerzo para él y sus dos hermanos. * de fondo continúa transmitiendo el partido de tenis*

13:10 hrs – Llega Paloma (23). Se saludan y charlan sobre las tareas del día.

13:20 hrs – Paloma cambia de canal y pone canal 5. Están dando “telefé noticias”. Mientras pone el mantel y los platos sobre la mesa del living comedor.

13:35 hrs – Paloma ayuda a Octavio a llevar la fuente de Ravioles con crema a la mesa, y comentan sobre la noticia de un asesinato de un travesti en el centro de la ciudad, que están pasando en el noticiero.

13:50 hrs – llega Tomás (25) y se sienta a comer con ellos. Octavio y Tomás hablan sobre las próximas fechas de los partidos de rugby local. *de fondo avances y publicidad de la novela “Elif”*

13:55 hrs – Paloma levanta su plato, va a su cuarto, y prende la notebook para ver cómo continúa su tarde de trabajo.

14:05 hrs – Octavio se tira en el sillón, pone Netflix y continúa viendo un capítulo ya empezado de “Grey’s Anatomy”

- Tomás continua almorzando, y mientras chequea los diarios desde su celular

14:20 hrs – Paloma los saluda y se va a trabajar nuevamente

14:30 hrs – Suena el celular de Octavio, quien pausa la serie y se pone a hablar

- Tomás levanta la mesa, y se va a lavar los platos

14:35 hrs – Octavio cuelga, chequea su Instagram y retoma la serie.

14:40 hrs – Tomás se dirige a su cuarto, prende su notebook y busca en YouTube unos videos sobre Marketing Digital *previo al inicio del video – anuncio de alamaula.com*

14:50 hrs – Octavio se levanta al baño, luego vuelve y comienza a ver un nuevo capítulo.

15:30 hrs – Octavio saca Netflix y poner Fox sports, están transmitiendo “Agencia Fox sports”, informan sobre los goles de Icardi en el Inter.

15:45 hrs – Suena el timbre. Octavio baja a abrir. *publicidad de National Geographic que protagoniza Axel el cantante*

15:52 – entra Octavio con un amigo, y se sientan en el sillón. *Continúan viendo la programación de Fox sports, mientras charlan de la facultad*

○ **Familia 5**

Día y horario de observación: martes 6/11/2018 de 10:00 a 14 hrs

10:00 hrs – Adriana (56) está sentada junto a César en el sillón del living desayunando con mates y tostadas. Ella lee un libro de Felipe Pigna. Él mira “Buenos días América” en canal América conducido por Antonio Lage.

10:15 hrs – Micaela (25) sale de la cocina con una bandeja con un café con leche y frutas cortadas, y se dirige a la habitación de sus padres. Sintoniza canal 3, “Los ángeles de la mañana”, están hablando del nuevo romance de Laurita Fernández y Nicolás Cabre.

10:35 hrs – Micaela chequea por what’s app un video inspiracional que le mando su novio *de fondo, el tema de debate cambio en el programa y ahora hablan de “un nuevo hijo de Rodrigo Bueno”*

10:45 hrs – llega Elsa (81) de hacer mandados, saluda y Adriana se levanta del sillón para ayudarla a ordenar las compras.

10:50 hrs – César (61) hace zapping y frena en el canal de películas TNT, dónde estan pasando una película de guerra.

11:00 hrs – suena el timbre y Elsa le va a abrir. Es Silvia, su profesora de computación. Ambas se van a la habitación de Elsa que es donde se encuentra el escritorio con la Pc fija.

11:05 hrs – Silvia le está enseñando a Elsa como publicar comentarios en las fotos y videos de Facebook

11:15 - César se para y va a buscar su celular. Revisa los mensajes y continúa viendo la película.

11:25 hrs – Adriana está en la cocina, haciendo una tarta para el almuerzo y va a buscar a su pieza su notebook. La enchufa y pone play a una lista de videos de canciones de Ricardo Montaner en YouTube. Canta y mira los videoclips mientras cocina.

11:40 hrs – Elsa continúa practicando junto a su profesora.

11:52 hrs – Micaela apaga el televisor y se va a bañar

12:15 hrs – termina la película que César está mirando en TNT, y sintoniza canal 3 para mirar “De 12 a 14”. Juan Junco está anunciando los estrenos de cine de la semana.

12:25 hrs – César le pide a Adriana que baje un poco el volumen de la música. Adriana cierra Youtube.

12:30 hrs – Elsa termina su clase y le abre a Silvia.

12:35 hrs – Elsa pone la mesa, mientras dialoga con Adriana sobre la clase.

12:50 hrs – Adriana llama a todos a almorzar. En la mesa charlan sobre un cumpleaños al que asistirán el fin de semana *de fondo desde el living sigue prendido el tv emitiendo “de 12 a 14”*

13:05 hrs – Micaela se para al baño

13:10 hrs – Elsa se levanta a buscar un bowl con frutas, y se detiene en el pasillo frente al televisor enojada por la noticia del aumento del transporte urbano de pasajeros.

13:25 hrs – Micaela se va de la casa a trabajar.

- El resto comenta la noticia mientras terminan de almorzar

13:35 hrs – levantan la mesa. Cesar se dispone a lavar los platos.

13:40 hrs – Elsa se va a su habitación a dormir la siesta

13:50 hrs – Adriana enciende a notebook, la apoya en el mesa del comedor diario y busca en YouTube videos de “ecodesign”

13:57 hrs – César se va a su dormitorio, se acuesta y pone en Netflix un capítulo de “El Marginal” en el Smart TV.

o **Familia 3**

Día y horario de observación: jueves 1/11/2018 de 16 a 21 hrs

16:00 hrs – Nora (54) se levanta de la siesta y se dirige a la cocina. Pone café a hacer en la cafetera.

- Enrique (54) está en el living, mirando el clásico NOB – Central en canal FOX desde el televisor.
- Guadalupe (5) y Milagros (5) duermen la siesta

16:05 hrs – Nora prende el televisor del comedor diario, está puesto canal 3, el programa que están transmitiendo es “Los especialistas del show”, conducido por María del Cerro y Marcelo Polino. Hay una coach de “Showmatch” en el estudio que se defiende de un supuesto plagio en una coreografía.

16:07 hrs – Nora apoya unas cartulinas y unos retazos de goma eva sobre la mesa del comedor diario.

16:10 hrs – Nora saca el café de la cafetera, y la leche de la heladera y se arma un café con leche.

16:12 hrs – Nora se sienta en la mesa con su café y se dispone a realizar unas actividades para sus alumnos. Mientras mira la televisión.

16:35 hrs – Nora chequea un whats app en su celular, y continúa con su tarea *de fondo en la tv siguen debatiendo el tema de la coach*

16:47 hrs – Enrique grita gol de central *continúa viendo el partido*

16: 53 hrs – Enrique vuelve a gritar otro gol

17:07 hrs – se despiertan Guadalupe y Milagros, saludan a su papá, quien les pide que vayan con su mamá a la cocina hasta que termine el partido. “Es muy cabulero, me comenta Nora”.

17:10 hrs – Nora les pregunta a las nenas que quieren merendar, y se levanta hacia la cocina para hacerles la merienda.

- Guadalupe cambia de canal y sintoniza Disney channel, están pasando “Patoaventuras”.
- Milagros agarra la Tablet que esta sobre el mueble del televisor, y pone un juego, que trata de criar a un perrito y hacerlo crecer, satisfaciendo sus necesidades.

17:17 hrs – NOB hace un gol, y Enrique suelta una mala palabra. Guadalupe le grita que así no se habla, y Nora la felicita.

17:20 hrs – Nora les sirve una chocolatada a cada una de las nenas, y un paquete con madalenas con dulce de leche, y se sienta a seguir haciendo sus tareas del trabajo.

17:22 hrs – Finaliza el partido, Enrique apaga el televisor del living. Se dirige a la cocina a hacerse un café.

17:25 hrs – Se sienta a merendar y charlar con sus hijas y su esposa en la mesa del comedor diario. Se lo ve muy contento.

- Guadalupe les cuenta a sus papás que en el jardín habían comenzado a hablar del acto de fin de año.
- Milagros no se integra a la conversación y sigue jugando en la Tablet, mientras merienda.

17:30 hrs – Empieza un nuevo programa en Disney Channel “Hotel Transilvania”. Guadalupe sigue sentada merendando y mirando.

- Milagros sigue jugando con la Tablet.

17:42 hrs – Enrique se para a buscar su celular, y lo chequea. Reenvía unos videos y memes que le enviaron a su whats app cargando a sus amigos de nob.

18:10 hrs – Enrique le avisa a Nora que va a salir a tomar un café con un posible cliente, y le pregunta Nora si quiere que compre algo. Nora le encarga que compre pan lactal y un nuevo paquete de nesquick.

18:20 hrs – Nora levanta las tazas y el paquete de madalenas de la mesa. Limpia la mesa. Y se pone a lavar lo sucio.

18:35 hrs – Las nenas se acuerdan de que empieza “Pasapalabra”. “Lo miramos siempre juntas y jugamos a los desafíos” – me dice Nora

18:37 hrs – Guadalupe apaga el televisor del comedor diario, y Milagros deja la Tablet. Las dos se dirigen al sillón del living.

18:40 hrs – Nora prende el televisor del living, y sintonizan “Pasapalabra” en canal 3

19:05 hrs – continúan jugando a los desafíos del programa.

19:17 hrs – suena el teléfono de la casa. Nora atiende y se pone a hablar.

19:32 hrs – Nora cuelga el teléfono. Vuelve al sillón y les cuenta a las nenas que su abuela las invita a almorzar el día siguiente.

20:00 hrs – Finaliza “Pasapalabra”, y Nora las manda a las nenas a bañarse. Empieza “Telenoche”, el noticiero.

- Las nenas se dirigen a su baño a higienizarse.

20:05 hrs – Nora apaga el televisor del living, se dirige al comedor y enciende el televisor del comedor diario. Sintoniza canal 3 y continúa viendo “Telenoche”, mientras tanto se dirige a la cocina, y pone a freír aceite, saca unas milanesas de la heladera, pela y corta unas papas y las pone a hervir.

20: 25 hrs – Las nenas se acercan a la cocina, y le preguntan a su mamá que van a cenar. *de fondo una publicidad de supermercados Coto*

20:28 hrs – Guadalupe y Milagros agarran la Tablet y ponen en Netflix un capítulo de “Jefe en pañales”, una serie propia de la compañía.

20:35 hrs – Nora continúa cocinando, y de a ratos se asoma a ver las noticias que transmiten en la tv. *Giselle Massoud y Alberto Lotuf están en vivo charlando junto a Pablo Gavira desde Buenos Aires, hablando de lo ocurrido en el clásico NOB-Central*

20:42 hrs – Entra Enrique, apoya una bolsa, y saca el pan, el nesquik, y cuatro chocolates. Les dice a Nora y a las nenas que lo trajo para el postre. Le comenta a Nora el caos de festejos que hay en la ciudad, y que había mucha policía monitoreando las calles.

20:45 hrs – Enrique hace zapping y pone Telefé Noticias, en canal 5. También están hablando del clásico. Hay un periodista especialista en el rubro deportivo que comenta su visión del tema.

20:52 hrs – Nora le pide a las nenas que la ayuden a poner la mesa *las nenas pausan el capítulo y dejan la Tablet*

20:55 hrs – Guadalupe pone la mesa, y Milagros corta el pan, y lo pone en un plato.

20:58 hrs - Nora lleva el plato con milanesas y la fuente de papas a la mesa.

21:00 hrs – Se sientan los cuatro a cenar, y continúan mirando “Telefé noticias”. La noticia que están transmitiendo es un enfrentamiento que hubo en el barrio República de la Sexta entre vecinos y la policía.

o **Familia 4**

Día y horario de observación: martes 6/11/2018 de 18 a 22 hrs

18:00 hrs – Hace breves minutos llegaron a su casa, Florencia (42) fue a buscar a Lola y Malena (9) al colegio.

18:05 hrs – Lola (11) se encuentra en la cocina preparando la leche para ella y su hermana.

- Su mamá que está preparando unos mates también en la cocina, le pregunta cómo les fue en el día.
- Malena prende la televisión y sintoniza Disney Channel – están transmitiendo “Las aventuras de Ladybug”

18:10 hrs – Se sientan las tres a merendar en el living comedor, y dialogan sobre lo que hicieron en el día y sus tareas *mientras sigue de fondo Disney Channel en la tv”

18:30 hrs - siguen merendando y Lola le muestra unos ejercicios de Matemática a su mamá.

- Malena sigue viendo Disney Channel, ahora empezó un nuevo programa “Andy Mack”.

18:45 hrs – Florencia la ayuda a Lola con algunos ejercicios que no entiende.

- Malena levanta los vasos de la merienda y las galletitas, y las lleva a la cocina. Lava los platos.

18:55 hrs – Malena apaga el televisor y se va a bañar.

- Florencia y Lola continúan con los ejercicios.

19:20 hrs – Malena sale de bañarse, y se va a su cuarto a cambiarse.

19:25 hrs – Malena se dirige a la pieza de su mamá, agarra su celular y busca un tutorial de maquillaje en YouTube, agarra sus pinturas e imita a la chica del video, mientras se maquilla.

19:30 hrs – Florencia y Lola dejan la tarea.

19:35 hrs – Florencia se pone a limpiar la cocina.

- Lola se dirige a su pieza, y prende la play. Juega online con sus amigos.

20:05 hrs – Florencia chequea su celular, mira Instagram y ve unos micro videos de ciudad.com

20:10 hrs – Malena puso un nuevo tutorial de maquillaje en YouTube. Y sigue imitando a la chica del video, maquillándose.

- Lola juega a la play online un juego de escape.

20:15 hrs – Florencia pone a hervir una olla con agua.

20:17 hrs – Florencia pone en YouTube una lista de reproducción de Shakira, y se dispone a abrir una lata de champiñones, para agregarle a la crema, para los fideos.

20:32 hrs – Pone los fideos a cocinar, y saca un colador que apoya en la bacha de la cocina.

20:38 hrs - Pone la crema con los champiñones a calentar en una ollita. *sonando “Chantaje” de Shakira con Maluma de fondo*

20:45 hrs – Saca los fideos, y llama a las nenas a que la ayuden a poner la mesa.

20:47 hrs – Malena cierra el tutorial de YouTube y ordena sus maquillajes.

- Lola pausa el juego.
- Florencia cierra la lista de música de YouTube.

20:50 hrs – Florencia prepara un bowl con los fideos y la crema de champiñones.

- Las nenas ponen la mesa.

20:55 hrs – empiezan a cenar las tres en la mesa del living comedor. *la regla de la casa es cenar sin televisor para dialogar*

o **Familia 3**

Día y horario de observación: sábado 3/11/2018 de 9:30 hrs a 13:30 hrs

9:30 hrs – Enrique (54) y Nora (54) están desayunando en la mesa del comedor diario. Mientras miran TN. La noticia que están pasando es la desesperada búsqueda de una mujer que cayó al río en la localidad de Tigre. Nora se queja y pregunta cómo es que pueden pasar estas cosas frecuentemente.

10:00 hrs – Nora levanta la mermelada, la manteca y el dulce de leche que están sobre la mesa y los guarda en la heladera

- Enrique agarra las tazas y cubiertos y los pone al costado de la bacha de la cocina

10:05 hrs – Enrique va a bañarse

10:07 hrs – Nora está al frente de la tv, viendo la noticia sobre los rastrillajes de la supuesta víctima en tigre.

10:10 hrs – Nora sube el volumen del televisor, y se aproxima a la cocina. Comienza a lavar los platos del desayuno. Los deja en el secaplatos.

10:22 hrs – Nora saca del freezer un tupper con costeletas que deja descongelando a un costado *de fondo la publicidad del programa “Cámara del crimen” con Ricardo Canaletti*

10:30 hrs – Enrique se acerca a la cocina, la saluda a Nora y se va a trabajar. Le comenta que va a ver la obra del barrio Don Juan. *de fondo continúa el televisor encendido en TN, ahora está hablando una conductora sobre el reporte del clima*

10:43 hrs – Llega al comedor Milagros (5), va a saludar a su mamá que se encontraba en el lavadero llenando el lavarropas, y le pide que le haga el desayuno. Nora le dice que espere un momento a que termine.

10:55 hrs – Nora se acerca a la cocina, le sirve un vaso de yogur a Milagros con un paquete de vainillas.

- Milagros toma el control del tv del comedor diario, y pone Cartoon Network. El programa que están pasando es “Manzana y cebollín”

11:15 hrs – Nora agarra su celular y llama a su madre

11:43 hrs – Nora finaliza la conversación y se dirige al cuarto de las nenas a despertar a Guadalupe.

- La tv del comedor diario transmite un nuevo programa en Cartoon Network “El mundo de Craig” (Milagros continúa mirando)

12:00 hrs – Nora y Guadalupe (5) se acercan a la cocina. Nora le pregunta a Guadalupe si prefiere yogur o chocolatada. La prepara y se la sirve con un sorbete.

- Guadalupe se sienta junto a su hermana y está comenzando la película “Lluvia de hamburguesas”

12:15 hrs – Nora se pone a planchar al lado de la mesa del comedor donde están Guadalupe y Milagros.

12:35 hrs – Nora lo llama por celular a Enrique para recordarle que hay que llevar a las nenas a un cumpleaños en Village cines.

12:40 hrs – Nora cuelga la llamada, y les dice a Guadalupe y Milagros que se vayan a bañar y cambiar para el cumpleaños de Sofía.

de fondo queda la tv prendida con la película “Lluvia de hamburguesas”

12:55 hrs – Nora guarda la tabla y la plancha, y se dirige a la pieza de las nenas a ayudarnos a vestirse y prepararse.

13:15 hrs – Suena la bocina desde afuera. Es Enrique que busca a las nenas para llevarlas al cumpleaños.

- Nora les da un sobre a cada una, las saluda y les abre la puerta.

13:20 hrs – Nora está en la cocina, pone a calentar la plancha para hacer unas costeletas para ella y Enrique.

13:27 hrs – se acerca hacia el televisor y lo apaga.

13:30 hrs – está rayando una zanahoria para acompañar la carne en el almuerzo.

o **Familia 4**

Día y horario de observación: sábado 3/11/2018 de 15:00 a 19:00 hrs

15:00 hrs – Lola, Malena y Florencia acaban de terminar de almorzar junto a Pablo, la pareja de Florencia. Comieron carne al horno.

15:10 hrs – Lola (11) agarra su celular y se pone a jugar al Candy crush

- Florencia (42) y Pablo levantan la mesa

15:15 hrs – Malena (9) prende el televisor del living comedor, pone Netflix y se pone a buscar una película para ver todos juntos.

- Florencia lava los platos, Pablo los seca y guarda en su lugar.

15:25 hrs – Lola deja el celular y se sienta junto a Malena. Ambas deciden que van a ver “Robo en las alturas”.

15:32 hrs – Pablo y Florencia se sientan a ver la película con las nenas

15:35 hrs – Malena pone play y comienzan a ver la película

16:15 hrs – Lola le pide a Malena que ponga en pausa la película que necesita ir al baño, y se dirige hacia él.

- Malena, Florencia y Pablo comentan sobre lo lindo que muestran la ciudad de NYC en la película.

16:22 hrs – Lola regresa y se sienta en el sillón. Malena pone play a la película nuevamente.

16:54 hrs – Florencia chequea su celular y responde unos WhatsApp. Le muestra a Pablo algo del celular.

17:20 hrs – Finaliza la película. Lola apaga el tv.

- Se levantan del sillón. Florencia se acerca a la cocina a poner agua para el mate y preparas unas chocolatadas.

17:32 hrs – Lola, Malena y Pablo se van hasta la panadería a comprar facturas.

17:35 hrs – Florencia pone unos individuales sobre la mesa del living comedor y se sienta a mirar su celular. Está mirando historias de Instagram.

17:42 hrs – se levanta para sacar el agua del fuego, pone yerba al mate y llena el termo con agua.

17:45 hrs – se acerca con el termo a la mesa del living, se ceba unos mates mientras continúa mirando Instagram.

17:57 hrs – Llegan Pablo, Lola, y Malena. Pablo saca el envoltorio del paquete y se sientan a merendar facturas.

18:03 hrs – entre todos comentan sobre la película y Florencia cuenta sobre un caso similar que había ocurrido en Argentina hace unos años.

18:25 hrs – Pablo se va, las saluda y Florencia baja a abrirle.

- Lola y Malena siguen merendando, mientras Lola prende el tv y pone en YouTube un video del youtuber “El demente”

18:30 hrs – Florencia entra de nuevo en la casa, levanta la mesa y deja las tazas sobre la bacha.

18:42 hrs – Malena le pide a Lola que ponga el canal del youtuber “Juega Germán”

18:50 hrs – Florencia va a su dormitorio, se acuesta, prende la tv y pone un capítulo de “Las chicas del cable” en Netflix.

18:55 hrs – Lola y Malena continúan viendo videos del canal “Juega Germán”. El youtuber hace reacciones sobre videos de otros youtubers.

o Familia 2

Día y horario de observación: domingo 4/11/2018 de 12:00 a 16:00 hrs

12:00 hrs – Víctor (48) se encuentra en la galería, junto al parrillero, prendiendo el fuego para el asado. Esta prendido el parlante conectado a su celular vía bluetooth reproduciendo una lista de la banda Coldplay de Spotify.

- Delfina (19) se levanta, y baja a saludar a su papá, que le pregunta cómo le fue anoche.

12:10 hrs – Delfina se acerca a la cocina, corta un pedazo de queso y sube al cuarto de sus padres.

12:15 hrs – Delfina prende el TV y sintoniza Netflix. Comienza a ver un capítulo de “Riverdale”.

12:35 hrs – Delfina pausa la serie, contesta unos Whats app y vuelve a poner play.

12:45 hrs – Llega Pamela (47), le pregunta a Víctor cómo va el asado y se dirige a la cocina, donde saca verduras de una bolsa.

12:48 hrs – Víctor pone la radio en el parlante, y sintoniza una que transmite la previa del partido Rosario Central – Colon por el torneo de la Superliga Argentina.

- Pamela mientras está haciendo las ensaladas en la cocina.

12:55 hrs – Pamela pone la mesa en el comedor diario y enciende el televisor, pone canal 3. Están pasando una publicidad de sándwiches Individuales.

13:00 hrs – Pamela lleva las ensaladas a la mesa.

en la tv comienza Mirtha Legrand

- Delfina termina de ver el capítulo de “Riverdale”, apaga el televisor y se dirige a su pieza a cambiar.

13:05 hrs – Pamela se sienta a ver el programa de Mirtha Legrand en el televisor del comedor diario.

Mirtha está mostrando su reloj y hace publicidad de la marca de relojes Feró

13:07 hrs - *Mirtha presenta los invitados del día: Flavio Mendoza, Coco Sily, Daniel Balmaceda, Fernando Burlando, Costa y Facundo Mazzei*

13:10 hrs – Victor entra a buscar la carne a la cocina *de fondo la radio transmite en el jardín el partido de Central – Colón*

13:22 hrs – Delfina baja al comedor diario, saluda a su mamá y se sienta a ver la televisión con ella.
Mirtha promociona el avant premiere de la película “Camino sinuoso” en la que participa su nieta Juana Viale

13:35 hrs – Pamela chequea su Instagram, mientras dialoga con Delfina sobre quienes fueron y cómo la paso en el cumpleaños de Josefina anoche. *en la tv Fernando Burlando se defiende de acusaciones falsas que le hicieron*

13:40 hrs – Victor entra a buscar la bandeja para servir el asado a la cocina- comedor.

13:47 hrs – Victor apaga la radio.

13:50 hrs – Victor sirve el asado y se sientan los tres a almorzar. *en la tv Flavio Mendoza habla de su nuevo espectáculo*

13:57 hrs- Pamela, Victor y Delfina comentan sobre el nivel del espectáculo que Flavio Mendoza despliega. Pamela y Victor fueron en Córdoba a ver “Stravaganza” y le cuentan a Delfina el alto nivel de acróbatas que había.

14:20 hrs – Pamela levanta los platos y los apoya en la bacha *en el tv, Daniel Balmaceda habla sobre la ropa que usaban los próceres*

14:25 hrs – Delfina saca el freezer un pote de helado y se pone a servir cucuruchos.

*mientras en la tv, cuentan que la serie “La casa de papel” está inspirada en una estafa que se hizo en Argentina.

14:50 hrs – Delfina sube a su baño.

- Pamela se pone a lavar los platos.

en la tv, Coco Sily cuenta sobre su trabajo en “Animales Sueltos” con Flavio Mendoza.

14:55 hrs – Victor se sienta en el living, prende el televisor y pone el canal FOX. Están transmitiendo los últimos minutos del partido Rosario Central – Colón.

15:00 hrs – Finaliza el partido. Empataron 1 a 1.

15:10 hrs – Delfina baja de la planta alta, saluda a sus papas. Les dice que se va a la casa de Bruno.

- Victor comienza a ver San Lorenzo – Talleres de Córdoba

15:25 hrs – Pamela está sentada en el jardín, mirando Instagram desde su celular.

- Victor continúa en el living mirando San Lorenzo – Talleres

15:45 hrs – Pamela apaga el tv del comedor *Coco Sily está hablando de los precios de la temporada de verano*

15:55 hrs – Pamela sube a su dormitorio. Prende la tv y pone Netflix. Comienza a ver un capítulo de la serie “Mar de Plástico”.

○ **Familia 5**

Día y horario de observación: sábado 10/11/2018 de 10:00 hrs a 14:00 hrs_

10:00 hrs – Elsa (81) está sentada en el sillón del living desayunando un té con tostadas de gluten mirando “Yo decido cual vestido” en el canal Home and Health

- Cesar (61) y Adriana (56) estan en su habitación mirando en Netflix, la película “El código enigma”

10:25 hrs – Elsa se levanta, va a la cocina, lava el plato y la taza que usó. *de fondo, el tv sigue encendido en el living, donde pasan la publicidad del reality “Cupcake wars”*+

10:40 hrs – Elsa vuelve a sentarse en el sillón y cambia al canal El Gourmet. Están transmitiendo “Sabores del mundo”. El chef habla sobre los platos típicos de la cocina australiana y neozelandesa.

11:00 hrs - *en El gourmet empezó un nuevo programa “Los Petersen”.

- Se levanta Micaela (25), saluda a su abuela y se dirige a la cocina. Enciende la notebook. Mientras se prepara unos huevos revueltos, pone una rodaja de pan en la tostadora y se sirve una taza de café que estaba hecho en la cafetera, le agrega leche y lo pone a calentar en el microondas.

11:08 hrs – Micaela se sienta a desayunar, y abre un archivo en su computadora para ver la agenda de trabajo del día.

11.20 hrs – Micaela se levanta a servirse otro poco de café y chequea Instagram en su celular.

11:30 hrs – Micaela levanta la mesa, apaga su pc, y la guarda en la mochila.

- Elsa se dirige a su habitación y enciende su computadora.

11:35 hrs – Micaela se dirige a su habitación a vestirse.

- Elsa entra a Facebook y revisa sus notificaciones

11:45 hrs – Adriana se acerca a la cocina, saca un pollo de la heladera, y se dispone a cortar unas batatas, pimientos y cebollas.

- Cesar se sienta en el living, y cambia de canal a TyC sports, estan transmitiendo el programa “Uno contra uno”, en la tv se ve un partido de básquet de los Chicago Bulls con los New Orleans Pelicans.

11:55 hrs – Adriana se asoma hacia el living y dialogan con Cesar sobre el cuerpo entrenado de Sol Pérez, que es una de las conductoras del programa.

12:00 hrs – Micaela saluda a su familia y se va a trabajar.

- En TyC sports empieza un nuevo programa “Rumbo a Tokio” conducido por Gonzalo Bonadeo. El conductor hace un resumen de los que van a tratar en el programa del día.

12:07 hrs – Adriana prende el horno y mete una fuente con el pollo, las batatas, los pimientos y cebollas, y le agrega un condimento por encima.

12:10 hrs – Adriana se sienta con César a ver la tv. Estan pasando la historia de vida de un chico que compite en Yudo oriundo de Tandil.

12.15 hrs – Elsa está en su habitación, sigue con la pc, ahora leyendo el diario La Nación online.

12:32 hrs – Cesar se para y agarra del mueble su celular. Abre un video que mandaron en su grupo de amigos al Whats app y se lo muestra a Adriana.

en la tv estan mostrando las dimensiones de un campo de juego en las inmediaciones de Tokio

12:40 hrs – Adriana se para y se dirige a la cocina. Abre el horno para ver la cocción del pollo, y lo vuelve a cerrar.

12:43 hrs – Adriana le manda un mensaje a Micaela para ver si llevo bien al Whats app.

13.00 hrs – Elsa apaga la computadora y se va a dar un baño

en la tv del living comenzó en TyC Sports un partido de la primera B. Cesar está dormitando en el sillón.

13:05 hrs – Adriana saca el pollo del horno y lo deja en la placa sobre la mesada.

13:10 hrs – Adriana pone el mantel con los platos en la mesa del comedor diario. Luego se sienta y mira Instagram desde su celular.

13:28 hrs – Elsa sale del baño y se dirige a su habitación. Agarra su celular y llama a su hermana Hebe.

13:35 hrs – Cesar cambia de canal a canal 5 y pone “Peligro sin codificar”. Estan transmitiendo una escena en la que Nazareno Motola, Yayo y Campi actúan interactuando con Sergio Gonal.

13:47 hrs – Elsa cuelga el teléfono y se acerca a la cocina. Le cuenta a Adriana que Hebe va a venir a Rosario el próximo fin de semana.

13:55 hrs – Adriana sirve el pollo en una fuente y llama a Cesar a almorzar.

- Elsa lleva el termo, la soda, y el agua a la mesa.

14:00 hrs – se sientan los 3 en la cocina comedor a almorzar. *en la tv del living, que sigue encendida, continúan transmitiendo “Peligro sin codificar”*

o **Familia 1**

Día y horario de observación: domingo 11/11/2018 de 14:00 hrs a 18:00 hrs

14:00 hrs – Octavio (21) está en el sillón del living comedor, sentado viendo el partido de Independiente – Belgrano. El partido va 1-0 arriba Belgrano. Lo transmiten desde TNT sports.

- Paloma (23) está en la cocina armándose una ensalada de arroz con atún y arvejas.

14:02 hrs – Independiente iguala el partido 1-1, con gol de Braian Romero.

14:10 hrs – Paloma se dirige hacia su habitación, apoya el plato en la mesa de luz y enciende su notebook. La posiciona a un costado, mientras se inicia, y comienza a comer su ensalada.

14:15 hrs – Paloma entra a Netflix y comienza a buscar una película para ver en el índice “Aclamados por la crítica”. Mientras sigue almorzando.

14:23 hrs – Paloma se decide a poner “El ciudadano ilustre”, película protagonizada por Oscar Martínez.

- Octavio sigue acostado en el sillón del living comedor mirando el partido.

14:35 hrs – Octavio agarra su celular, porque le llega una notificación y abre Whats app. Se ríe y contesta.

14:42 hrs – Octavio continua viendo el partido mientras se envía mensajes en Whats app con sus amigos en el grupo.

- Paloma continúa viendo la película en su habitación.

14:48 hrs – Independiente le hace otro gol a Belgrano. Octavio manda un audio mientras observa la repetición del gol.

15:20 hrs – Termina el partido. Octavio se para y se dirige al baño a darse una ducha. *el tv continúa encendido con dos periodistas comentando el partido*

15:42 hrs – Llegan Tomás (25) y su novia Candela al departamento, y pegan un grito de saludo. Se sientan en el sillón y en la televisión estan pasando la previa del superclásico por la Copa Libertadores Boca – River Plate.

15:50 hrs – Octavio sale del baño y se va a su habitación.

15:55 hrs – Octavio sale de la pieza y se sienta junto a Tomás y Candela en el sillón a ver el partido.

16:00 hrs – Comienza el partido Boca – River Plate.

16:15 hrs - Tomás pega un grito y se levanta del sillón y se vuelve a sentar. “No podes Borré”.

16:18 hrs – Paloma termina de ver la película, y chequea su celular. Se pone a mirar fotos en Instagram.

16:34 hrs – Boca hace un gol. Ramón Ábila es el responsable. Octavio se agarra la cabeza.

16:36 hrs – Paloma apaga la notebook y la apoya en el suelo. Se dirige a la cocina con el plato y el vaso que usó y se los pone a lavar,

- En el partido, Lucas Pratto, jugador de River, hace un gol y empata el partido 1 a 1. Octavio y Tomás se paran a gritar el gol y se abrazan.

16:46 hrs – Darío Benedetto, jugador de Boca, hace un gol. Tomás y Octavio putean y se agarran la cabeza.

16:50 hrs – Comienza el entretiempo en el partido. Tomás chequea su celular, y mira un video que le enviaron en un grupo de Whats app. Octavio habla con Candela.

- Paloma está haciendo unos brownies en la cocina para merendar.

17:00 hrs – Paloma mete los brownies en el horno y se va a sentar con sus hermanos al living comedor. Charlan entre todos sobre los goles del partido *de fondo en la tv muestran la tribuna de Boca Juniors*

17:05 hrs – Comienza el segundo tiempo.

17:15 hrs – Paloma mira su celular y chatea.

17:21 hrs – Izquierdoz, jugador de Boca hace un gol en contra, por lo que River suma un nuevo gol. Octavio y Tomás gritan entusiasmados.

17:33 hrs – Paloma la invita a Candela a la cocina. Paloma saca los brownies del horno y pone a calentar agua para el mate. Llena el mate con yerba.

17:40 hrs – Paloma corta los brownies y llena el termo de agua. Con Candela los llevan a la mesa del living comedor.

17:42 hrs – Paloma y Candela se ponen a tomar mates con la torta, mientras los hombres siguen mirando el partido sentados en el sillón frente al televisor.

17:50 hrs – Octavio mira su celular. En el partido estan cobrando falta de Lucas Pratto.

- Paloma mira con Candela un perfil de Instagram de una casa de vestidos desde el celular.

17:55 hrs – Tomás pega un grito al televisor, y el árbitro del partido saca tarjeta amarilla para Carlos Tévez.

17:58 hrs – Termina el partido, empate 2 a 2. Octavio comienza a mandar mensajes al Whats app desde su celular y se dirige al baño.

- Tomás se sienta en la mesa con Candela y Paloma, y se come un brownie mientras hablan de cuando es el próximo partido.

9.3 Entrevistas biográficas a integrantes de las familias

observadas

Entrevista integrante familia 1 – Paloma (hermana) – 23 años

- En las observaciones pude ver que a veces usas el celular mientras miras televisión, ¿siempre lo haces?

Depende, si estoy mirando la serie no tanto, pero si estoy mirando tv común sí siempre.

- **¿Realizás otras actividades mientras miras televisión?**

Sí, muchas veces estoy en la compu.

- **¿Utilizás algún aparato además del televisor para ver televisión?**

Sí, la computadora.

- **¿Y cuándo usas Netflix, o YouTube desde qué aparato miras esos contenidos?**

Desde la compu o desde el televisor. YouTube uso más la computadora y Netflix más el televisor.

- **¿Te acordás desde dónde mirabas programas, series o películas antes de la llegada de internet, los nuevos aparatos electrónicos, y las plataformas on demand y de descarga online?**

Sí, miraba muchas series por DVD. Me gustaba ver “Lost” que alquilábamos en el videoclub los DVD. También “La ley y el orden” que la miraba en Warner. En mi casa somos muy noveleros, así que también mirábamos las que pasaban a la tarde. Y como en Reconquista no había cine cuando yo era chica, esperábamos a viajar a Mendoza a ver a mis abuelos para ir.

- **La aparición de plataformas digitales como Netflix, Flow, o YouTube, ¿le quitaron parte de tu tiempo de consumo a la televisión programada?**

SI, 100%.

- **¿Destinas más tiempo en ver contenidos en plataformas digitales o páginas web o en ver televisión programada?**

El 80%, 90% de lo que yo miro en televisión es en Netflix. En Tv solo miro 100 días para enamorarse, La voz Argentina o miro a la mañana para ver la temperatura “Antes de salir”.

- **¿Crees que el uso que le das al televisor cambio desde la aparición de nuevos aparatos digitales como la notebook, celulares, o tablets?**

Sí, porque antes para entretenerme usaba mucho el televisor. Pero desde que apareció el Smartphone, la mayor parte de mi entretenimiento pasa por ahí.

- **Cuando no mirás por alguna razón un programa de televisión, ¿lo miras en otro momento desde YouTube u otras páginas de internet? ¿Desde qué aparato electrónico lo haces?**

Sí, desde la compu, cuando no puedo ver “100 días para enamorarse” busco los capítulos en la plataforma de internet de telefé y los miro. También me gusta mucho el programa de Andy Kuttznesoff “Podemos Hablar”, y cuando no puedo verlo, lo busco en otro momento para mirarlo.

- **¿Mirás contenido audiovisual en redes sociales?**

Sí, es como tomar agua.

- **¿Ves contenido audiovisual fuera de tu hogar?**

Sí, siempre todo el tiempo.

- **¿En qué situaciones lo haces?**

Todo el tiempo, cuando estoy libre sin trabajar, o cuando no tengo nada que hacer agarró el celular.

- **¿Te acordás cuando fue la última vez que lo hiciste? ¿Dónde estabas? ¿Qué mirabas?**

Hoy en la peluquería, miraba videos de recetas de inutilísimas en Instagram.

- **¿Mirás todos los días contenido audiovisual cuando estás fuera de tu casa? ¿Con qué frecuencia lo haces?**

Sí, todos los días, todo el tiempo.

- **¿Descargás contenido de páginas de internet o plataformas digitales, ya sean programas grabados, series, o películas para ver cuando estas fuera del hogar?**

Sí, solamente para cuando tengo que viajar en colectivo me descargo los capítulos de la serie que estoy mirando en ese momento de Netflix.

- **Si yo te digo “televisión” ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente? ¿a qué te remite la palabra televisión?**

Me remite a noticiero, es como que pienso en televisión y veo a Juan Pedro Aleart, porque es lo primero que pongo apenas me levanto. Ahí Corrientes y Córdoba, con frío, calor, lluvia; aunque ahora cambio y está en calle Oroño.

- **¿Qué significado tiene la televisión para vos?**

La uso para informarme y para entretenerme. Es como un despeje para mí la televisión, y para mantenerme actualizada.

- **Si tuvieras que hacer una comparación entre el pasado y el presente, ¿qué importancia tenía la tv para vos hace unos años y qué importancia le das hoy en día?**

Y antes los televisores eran el centro de la casa, tenía un televisor de 44 pulgadas, con una caja grande atrás. Y miraba todo el tiempo tv, mi mamá me retaba porque pasaba mucho tiempo delante de él. En cambio hoy en día, le presto menos atención, es más se me rompió ayer el televisor con la tormenta y no le doy mucha relevancia. Si no es porque es Smart tv, casi no le daría uso. Lo que más me molestaría sería no poder ver las series, pero al tener la computadora o el celular no es tan grave.

- **¿Cómo crees que será la televisión en un futuro?**

Es como que yo a veces pienso que no puede haber algo mejor, y siempre sale algo mejor. Creo que la televisión está mutando, muchos canales están empezando a ser digitales y a crear sus propias plataformas. Por ejemplo, el programa de Pampita es online. Creo que los canales de aire pueden llegar a desaparecer y que tengamos que mirar tv sólo desde las plataformas digitales.

- **¿Te imaginas una vida sin televisión? ¿Cómo crees que sería?**

Sí, medio que ya vivo una vida con poca televisión. El televisor va a ser reemplazado por la computadora, y el celular. Va a seguir existiendo el formato de televisión actual, pero que uno pueda tener pantallas táctiles portátiles, onda tablets, y colgarlas donde quiera y elegir que quiere ver y ponerlo ahí en el momento que querramos.

Entrevista integrante familia 2 – Pamela (madre) – 47 años

- **En las observaciones pude ver que a veces usas el celular mientras miras televisión, ¿siempre lo haces?**

Si, generalmente sí. Suelo tener el celular en la mano y ver tv. Miro Instagram, si me mandaron algún Whats app, Facebook. Me acostumbro a estar mucho tiempo con el celular en la mano. Por diversión y por trabajo.

- **¿Realizás otras actividades mientras miras televisión? ¿Cuáles?**

Si. A la mañana temprano, antes de preparar el desayuno ya enciendo el televisor y pongo el noticiero “Antes de salir” me gusta ver, y ya lo dejo prendido. Si es un día de los que trabajo de mañana lo dejo prendido hasta que me voy de casa. Y si son los días que trabajo de tarde miro televisión mientras limpio y hago los quehaceres domésticos.

- **¿Utilizás algún aparato además del televisor para ver televisión?**

Si, la computadora y el celular.

- **¿Y cuándo usás Netflix, o YouTube desde qué aparato miras esos contenidos?**

Televisor, computadora y celular.

- **¿Te acordás desde dónde mirabas programas, series o películas antes de la llegada de internet, los nuevos aparatos electrónicos, y las plataformas on demand y de descarga online?**

Desde el televisor, usábamos videocasetera y después el DVD cuando apareció. Alquilábamos películas y pagábamos el cable.

- **La aparición de plataformas digitales como Netflix, Flow, o YouTube, ¿le quitaron parte de tu tiempo de consumo a la televisión programada?**

Totalmente, a la tardecita noche, cuando tengo tiempo para descansar pongo alguna serie en Netflix, preferentemente series españolas.

- **¿Destinas más tiempo en ver contenidos en plataformas digitales o páginas web o en ver televisión programada?**

Mitad y mitad, también a la noche miro 100 días para enamorarse y la voz argentina, que son programas que me encantan.

- **¿Crees que el uso que le das al televisor cambio desde la aparición de nuevos aparatos digitales como la notebook, celulares, o tablets?**

Si, sin dudas. El celular es el que más uso.

- **Cuando no miras por alguna razón un programa de televisión, ¿lo miras en otro momento desde YouTube u otras páginas de internet? ¿Desde qué aparato electrónico lo haces?**

Sí, y lo miro desde el celular, o a veces desde la compu.

- **¿Mirás contenido audiovisual (videos, fotos interactivas) en redes sociales? ¿Qué ves?**

Si, en Instagram y en Facebook. Miro videos de actualidad que me mandan, recetas, videos cómicos, de la farándula.

- **¿Ves contenido audiovisual fuera de tu hogar?**

Si

- **¿En qué situaciones lo haces?**

Cuando tengo tiempo en mi trabajo. Estoy muchas horas en una oficina y cuando tengo tiempo libre lo hago.

- **¿Te acordás cuando fue la última vez que lo hiciste? ¿Dónde estabas? ¿Qué mirabas?**

El viernes. En el trabajo. Termine un capítulo de una serie que se llama Mar de plástico en Netflix.

- **¿Mirás todos los días contenido audiovisual cuando estás fuera de tu casa? ¿Con qué frecuencia lo haces?**

Cuando tengo un tiempo libre de espera, o sin ocupar seguro agarro el celular y miro.

- **¿Descargás contenido de páginas de internet o plataformas digitales, ya sean programas grabados, series, o películas para ver cuando estas fuera del hogar?**

No descargar no, las miro online.

- **Si yo te digo “televisión” ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente? ¿a qué te remite la palabra televisión?**

Noticieros, realities como Showmatch, programas de chimentos.

- **¿Qué significado tiene la televisión para vos?**

Es un pasatiempo.

- **Si tuvieras que hacer una comparación entre el pasado y el presente, ¿qué importancia tenía la tv para vos hace unos años y qué importancia le das hoy en día?**

La importancia es la misma porque no deja de ser un entretenimiento para mí. Cuando yo era chica mirar televisión se limitaba a las 11 y 17 hrs dibujitos, 19 hrs Combate, El gran chaparral, Falcón Crest, y los programas que me gustaban los esperaba con mucha expectativa porque como eran pocos y podían verse solamente en ese horario, me organizaba para tener libre ese momento del día.

Hoy, si me pierdo algún programa lo busco por internet, y lo veo desde el celu o la compu.

- **¿Considerás a YouTube, o las plataformas digitales (Netflix, flow,etc) como televisión?**

Si.

- **¿Cómo crees que será la televisión en un futuro?**

La televisión en un futuro no va a estar asociada al televisor, sino que vamos a verla desde cualquier lugar. Los canales van a seguir pero no como lo vemos hoy en día. Van a ser más del estilo del funcionamiento de Netflix.

- **¿Creés que puede llegar a desaparecer la televisión?**

No sé si desaparecer, pero que va a mutar su forma de presentarse seguramente.

Entrevista integrante familia 3 – Enrique (padre) – 54 años

- **En las observaciones pude ver que a veces usas el celular mientras miras televisión, ¿siempre lo haces?**

Sí, miro los chats de los Whats app y nos vamos cargando en los grupos de amigos con los partidos de fútbol.

- **¿Realizás otras actividades mientras miras televisión?**

No, sólo usar el celular a veces.

- **¿Utilizás algún aparato además del televisor para ver televisión?**

No, solo el televisor.

- **¿Y cuándo usas Netflix, o YouTube desde qué aparato miras esos contenidos?**

Desde el celular.

- **¿Te acordás desde dónde mirabas programas, series o películas antes de la llegada de internet, los nuevos aparatos electrónicos, y las plataformas on demand y de descarga online?**

Desde el televisor. Alquilábamos videos en el videoclub. Lo más usado era el televisor y después íbamos a alquilar los videos para poner en la videocasetera, y después vino el DVD.

- **La aparición de plataformas digitales como Netflix, Flow, o YouTube, ¿le quitaron parte de tu tiempo de consumo a la televisión programada?**

No, en mi caso no, miro poco Netflix.

- **¿Destinas más tiempo en ver contenidos en plataformas digitales o páginas web o en ver televisión programada?**

En la televisión programada, miro mucho deporte y me gustan los programas políticos.

- **¿Crees que el uso que le das al televisor cambio desde la aparición de nuevos aparatos digitales como la notebook, celulares, o tablets?**

Y cambio porque ahora con los nuevos aparatos la gente le da menos uso, pero en mi caso uso mucho el televisor. El celular y la notebook también pero más por cuestiones laborales.

- **Cuando no miras por alguna razón un programa de televisión, ¿lo miras en otro momento desde YouTube u otras páginas de internet? ¿Desde qué aparato electrónico lo haces?**

No, no lo miro.

- **¿Mirás contenido audiovisual en redes sociales?**

Si, en Whats app. Mando y me mandan bastantes videos o fotos con chistes, más que nada en los grupos de amigos.

- **¿Ves contenido audiovisual fuera de tu hogar?**

No, va en realidad cuando me mandan algún video o foto al Whats app.

- **¿En qué situaciones lo haces?**

Cuando tengo un tiempo en la rutina laboral del día, cuando paro al mediodía a almorzar.

- **¿Te acordás cuando fue la última vez que lo hiciste? ¿Dónde estabas? ¿Qué mirabas?**

El viernes, mientras almorzaba cuando estaba trabajando, un video que envió un amigo bostero en el grupo del paddle gastando a los gallinas por el súper clásico que se jugaba el sábado.

- **¿Mirás todos los días contenido audiovisual cuando estás fuera de tu casa? ¿Con qué frecuencia lo haces?**

Sí, los veo cuando me llegan.

- **¿Descargás contenido de páginas de internet o plataformas digitales, ya sean programas grabados, series, o películas para ver cuando estas fuera del hogar?**

Sí, más que nada contenido relacionado con mi trabajo.

- **Si yo te digo “televisión” ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente? ¿a qué te remite la palabra televisión?**

Para mí es entretenimiento.

- **¿Qué significado tiene la televisión para vos?**

Informarme, entretenerme, y distraerme.

- **Si tuvieras que hacer una comparación entre el pasado y el presente, ¿qué importancia tenía la tv para vos hace unos años y qué importancia le das hoy en día?**

Y cuando yo era más chico era todo muy lento, eran programas de noticias locales, muy pocas internacionales, contenido acotado. Y hoy con la llegada de internet, todo es más en el momento, y al alcance. Ahora vemos más televisión, porque a partir de la llegada del cable, fue creciendo año a año la cantidad de contenido disponible a través de mayor cantidad de canales.

- **¿Cómo crees que será la televisión en un futuro?**

Y por lo que veo, las nuevas generaciones ven cada vez menos televisión.

- **¿Crees que puede llegar a desaparecer la televisión?**

Tal vez sí.

- **¿Considerás que You Tube, las nuevas plataformas digitales como Netflix, flow, entre otras son televisión?**

Para mí son plataformas, que amenazan a la televisión porque uno elige que mirar y cuando. Si bien en el cable lo puedes elegir, es un horario estipulado en un momento específico que pasan los programas, en cambio con estas nuevas plataformas, uno elige.

Entrevista integrante familia 4 – Florencia (madre) – 42 años

- **En las observaciones pude ver que a veces usas el celular mientras miras televisión, ¿siempre lo haces?**

Si, a veces miro Whats app y respondo mensajes mientras miro alguna serie, pero no siempre.

- **¿Realizás otras actividades mientras miras televisión?**

A veces, a la tarde cuando limpio y plancho que estoy sola prendo la tv como compañía.

- **¿Utilizás algún aparato además del televisor para ver televisión?**

No, siempre uso el televisor.

- **¿Y cuándo usas Netflix, o YouTube desde qué aparato miras esos contenidos?**

También, siempre miro desde los televisores.

- **¿Te acordás desde dónde mirabas programas, series o películas antes de la llegada de internet, los nuevos aparatos electrónicos, y las plataformas on demand y de descarga online?**

Sí, yo era socia de Blockbuster, iba siempre a alquilar películas o temporadas de series. Usaba la videocasetera. Después cuando apareció el DVD, compraba en la puerta de La Gallega, a un chico que vendía las películas en cds truchos.

- **La aparición de plataformas digitales como Netflix, Flow, o YouTube, ¿le quitaron parte de tu tiempo de consumo a la televisión programada?**

Sí, no soy de mirar mucha televisión, pero cuando miro en general es alguna serie o película en Netflix. Ahora estoy viendo “Las chicas del cable”.

- **¿Destinas más tiempo en ver contenidos en plataformas digitales o páginas web o en ver televisión programada?**

Veo más Netflix que los canales comunes, también escucho música y veo los videoclips en YouTube.

- **¿Crees que el uso que le das al televisor cambio desde la aparición de nuevos aparatos digitales como la notebook, celulares, o tablets?**

No tanto, si bien uso mucho el celular, también sigo usando el televisor. Y la notebook, a veces pero no mucho.

- **Cuando no miras por alguna razón un programa de televisión, ¿lo miras en otro momento desde YouTube u otras páginas de internet? ¿Desde qué aparato electrónico lo haces?**

No, porque no sigo ninguna novela o programa con frecuencia. Sólo las series que miro en Netflix que las pongo cuando yo quiero y tengo tiempo.

- **¿Mirás contenido audiovisual en redes sociales?**

Si, videos que me mandan por Whats app, a veces algunos que te aparecen en Instagram o Facebook.

- **¿Ves contenido audiovisual fuera de tu hogar?**

Poco, algún vídeo que me mandan a Whats app, o cuando reviso Instagram o Facebook.

- **¿En qué situaciones lo haces?**

En el momento que me lo mandan trato de verlo, excepto que este muy ocupada en el trabajo, y ahí si lo hago cuando tengo un rato libre.

- **¿Te acordás cuando fue la última vez que lo hiciste? ¿Dónde estabas? ¿Qué mirabas?**

Sí, esta mañana mientras estaba trabajando me mandaron un video motivacional sobre el esfuerzo y los tiempos que cada uno tiene en la vida.

- **¿Mirás todos los días contenido audiovisual cuando estás fuera de tu casa? ¿Con qué frecuencia lo haces?**

No siempre, a veces no más.

- **¿Descargás contenido de páginas de internet o plataformas digitales, ya sean programas grabados, series, o películas para ver cuando estas fuera del hogar?**

No, nunca.

- **Si yo te digo “televisión” ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente? ¿a qué te remite la palabra televisión?**

La televisión son los programas, dibujitos, los noticieros, algunos programas como intrusos. Todo lo que vemos desde el televisor.

- **¿Qué significado tiene la televisión para vos?**

Y yo lo uso para divertirme, ocupar el tiempo, como compañía también.

- **Si tuvieras que hacer una comparación entre el pasado y el presente, ¿qué importancia tenía la tv para vos hace unos años y qué importancia le das hoy en día?**

Y antes la forma para entreternos era más limitada, no teníamos acceso a tantas cosas como tienen los chicos hoy. Entonces mirábamos televisión para divertirnos en horarios que ya se sabían de antemano. Y después cuando no hacíamos eso, salíamos a la calle a jugar con los vecinos.

Hoy, con todos los nuevos avances miramos televisión cuando queremos, prendes la televisión y siempre vas a encontrar algo, hay variedad de todo, lo que te guste para entretenerte está ahí.

- **¿Cómo crees que será la televisión en un futuro?**

Y en unos años seguramente va a aparecer algo que haga que todo sea más novedoso, antes teníamos horarios para ver los programas que nos gustaban, ahora tenemos todo disponible a toda hora, y en unos años no se tal vez podamos armar nosotros nuestra propia programación, según nuestros gustos.

Entrevista integrante familia 5 – César (padre) – 61 años

- **En las observaciones pude ver que a veces usas el celular mientras miras televisión, ¿siempre lo haces?**

No siempre, pero si suelo tenerlo cerca y mirar cada tanto si tengo algún mensaje o algo en el Whats app.

- **¿Realizás otras actividades mientras miras televisión?**

No, en general no.

- **¿Utilizás algún aparato además del televisor para ver televisión?**

No, para ver tele solo desde el televisor.

- **¿Y cuándo usas Netflix, o YouTube desde qué aparato miras esos contenidos?**

Netflix, lo miro desde el televisor, en general desde el de mi pieza. Y cuando miro algún video en YouTube es desde el celular o la notebook.

- **¿Te acordás desde dónde mirabas programas, series o películas antes de la llegada de internet, los nuevos aparatos electrónicos, y las plataformas on demand y de descarga online?**

Y cuando no había internet, seguíamos más los programas diarios, las películas las mirábamos desde TNT, Fox, Cinemax casi siempre. Los fines de semana alquilábamos películas en el videoclub. Usábamos la videocasetera para eso, después llegó el DVD, pero el formato era parecido al anterior.

- **La aparición de plataformas digitales como Netflix, Flow, o YouTube, ¿le quitaron parte de tu tiempo de consumo a la televisión programada?**

Puede ser, aunque miro mucha televisión, pero si ahora divido el tiempo entre las dos cosas.

- **¿Destinas más tiempo en ver contenidos en plataformas digitales o páginas web o en ver televisión programada?**

Yo creo, que es más o menos parejo, pero tal vez todavía sigo mirando más televisión tradicional.

- **¿Crees que el uso que le das al televisor cambio desde la aparición de nuevos aparatos digitales como la notebook, celulares, o tablets?**

Tal vez lo uso un poco menos pero no es que deje de usarlo, es más lo uso mucho al televisor. Al celular y la computadora también pero son usos diferentes.

- **Cuando no miras por alguna razón un programa de televisión, ¿lo miras en otro momento desde YouTube u otras páginas de internet? ¿Desde qué aparato electrónico lo haces?**

Si, a veces suelo mirar repeticiones de goles de partidos de fútbol o repeticiones de partidos de básquet desde YouTube, y lo hago desde la computadora.

- **¿Mirás contenido audiovisual en redes sociales?**

Poco, en Facebook o Whats app.

- **¿Ves contenido audiovisual fuera de tu hogar?**

En general no, a veces.

- **¿En qué situaciones lo haces?**

Cuando me toca esperar en algún lugar por alguna razón, por ahí me pongo a ver en Facebook, pero no es algo habitual.

- **¿Te acordás cuando fue la última vez que lo hiciste? ¿Dónde estabas? ¿Qué mirabas?**

Ayer, mientras esperaba en la estación de servicio para cargar nafta al auto. Mire un video de una carrera de perros en Facebook que me pareció muy original.

- **¿Mirás todos los días contenido audiovisual cuando estás fuera de tu casa? ¿Con qué frecuencia lo haces?**

Solo a veces.

- **¿Descargas contenido de páginas de internet o plataformas digitales, ya sean programas grabados, series, o películas para ver cuando estas fuera del hogar?**

No, descargar nunca descargo, los busco directamente.

- **Si yo te digo “televisión” ¿Qué es lo primero que se te viene a la mente? ¿a qué te remite la palabra televisión?**

Diversión.

- **¿Qué significado tiene la televisión para vos?**

Para mi es una forma de pasar el tiempo, entretenerme, saber de la actualidad.

- **Si tuvieras que hacer una comparación entre el pasado y el presente, ¿qué importancia tenía la tv para vos hace unos años y qué importancia le das hoy en día?**

Si vos me preguntás a nivel personal, sigue siendo casi igual. Porque yo sigo mirando televisión como siempre. Pero si es verdad que la gente ahora mira menos televisión, Netflix le sacó mucho público. Y creo que ahora hay menos audiencias fijas de los programas, la gente prende el televisor y entre toda la oferta que hay elige que quiere ver, pero cada vez menos las personas siguen una novela o un programa diario.

- **¿Cómo crees que será la televisión en un futuro?**

Yo pongo en dudas el hecho de que en un futuro el formato clásico de la televisión siga vigente. Más que nada porque las generaciones más jóvenes están muy asociadas a internet y poco a la televisión. Yo lo veo en mis hijos, en mis sobrinos que por lo general no miran televisión casi, si series muchas series en Netflix, entonces si la televisión está en manos de estas nuevas generaciones pongo en duda su continuidad, por lo menos en el formato en que la conocemos.